



Dit document wordt u aangeboden door:

OOST-GELDERLAND

**BUSINESS**

[klik hier voor meer artikelen](#)

**OOST-GELDERLAND**

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE | JAARGANG 8 | NUMMER 1 | MAART 2013

# BUSINESS®



coverstory

## Schouwburg Amphion

Méer dan theater alleen

Forum Kansen voor 2013:

'Zoek klanten op, hoe dan ook'

Graafschap  
Zakenmanifestatie:

Het ontmoetingspunt voor regionale ondernemers

Nationaal

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



# ZAKENAUTOTESTDAG: TESTRIJDERS GEZOCHT



## OPROEP AAN U ALS TROUWE LEZER

Meerdere keren per jaar treft u in Oost-Gelderland Business de zakenautotestdag aan; een spetterend evenement waarbij we de laatste modellen aan een kritische test onderwerpen. 9 april is het weer zover. Dan zullen de nieuwste zakenauto's door onze trouwe lezers worden getest. We sluiten deze enerverende testdag af met een heerlijk diner, waarbij u kunt netwerken met dealers en andere ondernemers in uw regio.

Bent u op zoek naar een nieuwe personenwagen en gevestigd in de Oost-Gelderland? Meld u dan nu aan voor onze autotestdag op 9 april. Surf naar [www.oostgelderlandbusiness.nl/bijeenkomsten](http://www.oostgelderlandbusiness.nl/bijeenkomsten) en laat uw gegevens achter. Uiteraard is deelname geheel gratis en vrijblijvend. We selecteren onze testrijders op basis van aanmelding, dus wees er snel bij.

*Tot ziens op de zakenautotestdag*



[www.oostgelderlandbusiness.nl](http://www.oostgelderlandbusiness.nl)

# VOORWOORD



## We gaan gewoon door

*In mijn vorige voorwoord refereerde ik nog naar het einde der tijden op 21 december van vorig jaar. Inmiddels weten dat dát in ieder geval niet waar was. En toen was het 2013. Een jaar waarin we, als het goed is, de crisis zo langzamerhand achter ons gaan laten. In deze uitgave van Oost-Gelderland Business gaat het forum ook over kansen voor 2013. 21 ondernemers uit de regio discussieerden in een soort speed date constructie over een viertal stellingen. De nieuwe opzet van het forum is goed ontvangen door de deelnemers, dus wellicht wordt er in de toekomst vaker gebruik gemaakt van deze constructie.*

*Niet alleen het forum gaat over kansen voor 2013, een aantal artikelen geven u tips om van de crisis een kans te maken en geven aan wat dit jaar de trends binnen het MKB zullen worden.*

*Verder besteden we aandacht aan de Graafschap Zakenmanifestatie, die op dinsdag 26 en woensdag 27 maart wordt gehouden op de parkeerplaats van stadion De Vijverberg. U kunt daar als lezer ook naar toe, middels de gratis entreekaarten die bij deze uitgave van Oost-Gelderland Business zitten. Mis deze kans dus niet!*

*Ook komen internationaal zaken doen en het betalen middels IBAN aan bod en dat kan in een gebied als de Achterhoek toch interessant zijn.*

*Als laatste willen wij graag Business ontmoet Business onder uw aandacht brengen. Tijdens het forum 'Kansen voor 2013' werd Business ontmoet Business (BoB) al 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. Vindt u dit interessant? Lees dan vooral het verhaal op pagina 42!*

Lars van Bergen  
Hoofdredacteur Oost-Gelderland Business  
lars@vanmunstermedia.nl



Zakenmagazine voor  
de regio Oost-Gelderland  
[www.oostgelderlandbusiness.nl](http://www.oostgelderlandbusiness.nl)

JAARGANG 8  
maart 2013, editie 1

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

UITGEVER  
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE  
Lars van Bergen

EINDREDACTIE  
Lars van Bergen

REDACTIE BIJDAGEN  
Sofie Fest, Hans Hooft,  
Jessica Scheffer

VORMGEVING / OPMAAK  
Jan-Willem Bouwman, Joost Franken

FOTOGRAFIE  
Lars van Bergen, Joost Franken

DRUK  
Control Media

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE  
Van Munster Media B.V.  
Ton Niesink t: 06-33307044

ABONNEMENTEN  
Abonnementen kunnen op elk gewenst  
tijdstip ingaan met en looptijd tot 31  
december en worden automatisch ver-  
lengd tenzij de abonnee uiterlijk voor  
31 oktober schriftelijk opzegt.  
Abonnementsprijs per jaar 39 euro  
(incl. 2 vermeldingen op  
[www.oostgelderlandbusiness.nl](http://www.oostgelderlandbusiness.nl))

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

Hoewel de informatie gepubliceerd in  
deze uitgave zorgvuldig is uitgezocht  
en waar mogelijk gecontroleerd, sluiten  
de uitgever en de redactie uitdrukkelijk  
iedere aansprakelijkheid uit voor even-  
tuele onjuistheden en/of onvolledig-  
heid van de verstrekte gegevens.

© 2013 Overname van artikelen is  
slechts mogelijk na verkregen schriftel-  
ijke toestemming van de uitgever

**BUSINESS NATIONAAL**  
Landelijk katern van de  
regionale zakenmagazines

Postbus 14101, 3508 SE Utrecht  
T 030-2512818 E [ub@wxs.nl](mailto:ub@wxs.nl)  
I [www.business-nationaal.nl](http://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](mailto:ub@wxs.nl)  
VORMGEVING bpMedia + Design

- 6 Coverstory Amphion
- 8 Column LodderDales
- 10 Hoe maak je van de crisis een kans?
- 12 Forum: Kansen voor 2013
- 16 Slopen, verkopen of blijven hopen
- 21 Profiel VTC Travel Solutions
- 23 Business Flitsen
- 24 De Graafschap Zakenmanifestatie
- 26 Profiel Steentjes/Wolters/Mulder

## 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?

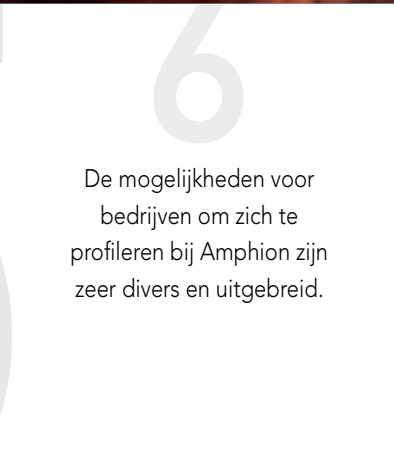
- 27 Column Heilbron
- 28 Profiel Doetax
- 31 MKB stapt over naar autolease
- 32 Nieuwe communicatiecultuur
- 34 Vijf stappen voor betere speeches
- 35 ICT Spirit brengt nieuwe Office 365 naar MKB markt
- 36 Business Flitsen
- 37 De Stelling
- 38 MKB Trends voor 2013
- 40 Thuiswerk tips
- 42 Business ontmoet Business
- 44 Internationaal zakendoen
- 46 Binnen één jaar maakt Nederland gebruik van IBAN
- 47 Richtlijnen IBAN
- 48 Boekenpagina
- 50 Profiel Juwelier de Tijd



Het zijn moeilijke tijden voor ondernemers. Het financieren van nieuwe plannen gaat stroef en de voorspellingen zijn niet bepaald rooskleurig. Toch biedt de crisis ook veel kansen.



Forumdiscussies vormen een vast onderdeel in Oost-Gelderland Business. Ruim twintig deelnemers namen bij Villa Ruimzicht in Doetinchem plaats.



De mogelijkheden voor bedrijven om zich te profileren bij Amphion zijn zeer divers en uitgebreid.



De Stelling: Met krimpende marketingbudgetten is gericht adverteren een must!



In een speciaal opgebouwd paviljoen op de parkeerplaats van stadion De Vijverberg vindt op dinsdag 26 en woensdag 27 maart 2013 de achtste editie van De Graafschap Zakenmanifestatie plaats.



Binnen een jaar maakt heel Nederland gebruik van IBAN. Dat lijkt een lange periode, maar de overgang op IBAN is voor veel bedrijven ingrijpend.



Bij aanhoudende economische onzekerheid willen bedrijven hun financiële middelen vrijhouden voor kernactiviteiten en deze niet vastleggen in zaken als auto's, zo blijkt uit de jaaranalyse van LeasePlan Nederland.

# Schouwburg Amphion: méér dan theater alleen

Onlangs uitgeroepen tot 'Het Beste Theater van 2012' bewijst Schouwburg Amphion dat het midden in de samenleving staat en ook zeer geschikt is als decor voor evenementen van ondernemers. De mogelijkheden voor bedrijven om zich te profileren bij Amphion zijn zeer divers en uitgebreid.

Amphion brengt al jaren een divers cultureel programma: van musicals tot cabaret en van ballet naar symfonische concerten. Amphion vervult hiermee een vooraanstaande rol in de Nederlandse theaterwereld. In 2010 was de opening van het nieuwe gebouw aan de Hofstraat. In 2011 was Amphion genomineerd voor het Beste Theater van het Jaar, in 2012 won het deze prijs. Amphion beschikt over een buitengewoon bekwaam en enthousiast team – zowel op horeca en technisch gebied – dat met haar klanten meedenkt én maatwerk levert voor de organisatie van een zakelijk evenement.

## Zakelijke evenementen

Ook in de culturele sector is men meer dan voorheen erop voorbereid om inkomsten te genereren, nu de overheidssubsidies noodgedwongen ingedamd worden. Op deze ontwikkelingen wordt actief ingespeeld door het theater met de komst van commercieel manager Maureen Schiphorst die actief het bedrijfsleven en andere organisaties benadert voor samenwerkingen. Schiphorst: "Ons theater is bij uitstek geschikt voor zakelijke evenementen, juist omdat wij gewend zijn grote groepen mensen te ontvangen, complexe technische draaiboeken te volgen en gastvrijheid bij al onze medewerkers een tweede natuur is. De theaterzalen en foyers zijn zowel overdag als 's avonds beschikbaar en zijn samen of los van elkaar te reserveren. Wij organiseren samen met de klant evenementen voor 50 tot 1600 personen."

Amphion staat bekend om de bijzondere grootse sfeer die een modern en professioneel theater met zich meebrengt. "Ook op het gebied van horeca kunnen klanten bij ons alle kanten op", vervolgt Schiphorst. "Wij werken samen met gerenommeerde cateringbedrijven maar een klant mag ook een cateraar naar keuze meebrengen. In overleg met elkaar komen wij juist vaak tot de beste oplossing op maat. Wij zijn immers gewend om



met een divers aantal partijen samen te werken en op deze manier een vlekkeloos geheel te maken."

## Business Club

Om succesvol zaken te kunnen doen, is een goed netwerk nodig. Het is belangrijk om nieuwe relaties op te bouwen, maar ook om bestaande relaties uit te bouwen. Bij voorkeur in een sfeervolle, aansprekende ambiance en op ongedwongen wijze.

Schiphorst: "De Culturele Business Club Amphion is een club waarbij directeuren of leden van het directieteam van verschillende bedrijven onderlig in een informele sfeer met elkaar in contact komen met als doel de zakelijke contacten te verstreken en hun netwerk uit te breiden. Deelnemen aan de Culturele Business Club Amphion beoogt vooral betrokkenheid bij Amphion." De Culturele Business Club Amphion komt vijf keer per theaterseizoen in Amphion bij elkaar om een voorstelling bij te wonen. Dit vindt plaats op wisselende doordeweekse avonden. Vooraf wordt er gezamenlijk gedineerd en na afloop is er een exclusieve nazit in de speciaal gereserveerde foyer. Tevens is er eenmaal



**Voor ondernemers zijn er sinds kort legio mogelijkheden om zich te profileren bij het publiek van Amphion én om zaken met cultuur te combineren:**

• **Partnership:**

Als cultureel partner kunt u uw bedrijf verbinden aan Amphion waardoor u zich in de regio kunt profileren. U ontvangt een pakket aan faciliteiten zoals toegangskaarten, ruime exposure mogelijkheden bij o.a. de bezoekers van Amphion, kosteloze zaalhuur én kortingen op overige pakketten

• **Culturele Business Club Amphion:**

Commercie en cultuur komen in een informele sfeer met elkaar in contact om te netwerken onder het genot van een VIP-behandeling. De Culturele Business Club Amphion zal per september 2013 van start gaan.

• **Stoelsympathisant**

Adopteer een stoel en uw bedrijfs-

naam en de naam van uw website worden vermeld op een naamplaatje op de achterzijde van de stoel.

• **Voorstellingsvennoot**

Uw bedrijfsnaam wordt gekoppeld aan een door u gekozen voorstelling. Uw naam wordt vermeld in de seizoensbrochure, op de entreebewijzen en in de speciaal gereserveerde foyer van ons theater. Tevens ontvangt u 25 of 50 kaarten die u kunt inzetten t.b.v. relatiemarketing

• **Groepsarrangementen**

Samen met uw collega's of zakelijke relaties een complete avond uit? Kies uit één van de vele voorstellingen en combineer dit met een borrel- of dinerarrangement.

per seizoen een informele externe netwerkactiviteit. Leden hebben op één van deze avonden toegang met twee personen, inclusief diner, voorstelling en naborrel. Naast de vaste leden mogen ook gasten worden uitgenodigd. Ontvangst, diner, samenkomst in de pauze en de aangeklede naborrel vinden plaats op de tweede etage in de Culturele Business Club Amphion foyer. Het diner vindt plaats aan grote ronde tafels. Tijdens het diner wordt na iedere gang van tafel gewisseld om zo het netwerken te stimuleren. Tevens zal aan het begin van ieder theaterseizoen ieder deelnemend bedrijf tijdens een speciale kennismakingsavond zijn of haar bedrijf kort kunnen introduceren. ■

**Amphion Schouwburg - Hofstraat 159**

**7001 JD Doetinchem - 031-376000**

**info@amphion.nl - www.amphion.nl**

## Levensloop regeling 2013

Deelnemers aan de levensloopregeling staan in 2013 voor de keuze: doorgaan tot 1 januari 2022 (mogelijk met saldo van € 3.000 of meer) met bestedingsvrije opnamen of het volledige tegoed in 2013 opnemen. In dat geval is 20% van het saldo per ultimo 2011 inclusief de rente over 2011 belastingvrij. De terugbetaling van de inleg over 2012 (en later) is volledig belast. Het nettobedrag mag u vervolgens naar eigen inzicht besteden. Stel u heeft op 1 januari 2013 een levensloopsaldo van € 22.000, waarvan € 20.000 op 31 december 2011. De belastingheffing bij opname ineens in 2013 verloopt als volgt:

- Van het saldo per 31 december 2011 is € 4.000 (20%) belastingvrij. De belastingbesparing bedraagt daarover maximaal 52% is € 2.080. Het restant (€ 18.000) is normaal belast. Op de verschuldigde belasting komt de opgebouwde levensloopverlofkorting in mindering.
- De levensloopverlofkorting bedraagt maximaal € 1.230 (€ 205 per jaar), uitgaande van 6 jaren van deelname (2006 t/m 2011) waarin deze korting opgebouwd kon worden.

Een belastingvrijstelling van 20% klinkt interessant, maar hoeft dat niet te zijn. Als het vrijgekomen geld bijvoorbeeld op een spaarrekening wordt gezet, dan kan u dat jaarlijks 1,2% extra vermogensrendementsheffing kosten, met name als uw box 3-vermogen hoger is dan de geldende vrijstelling (voor partners € 42.278). Na ongeveer 13 jaar heeft u dan het eenmalige belastingvoordeel van 2013 weer "ingeleverd".

Als de uitkering van het volledige tegoed in 2013 tot een piekinkomen leidt, dan biedt wellicht middeling uitkomst. Bij middeling worden de inkomens over 3 jaar herrekend waarbij de feitelijk betaalde belasting wordt vergeleken met de belasting die verschuldigd zou zijn over het gemiddelde inkomen. Is dat verschil groter dan €545 dan wordt het meerdere op verzoek teruggegeven.

Kortom, het is raadzaam om de gevolgen van uw keuze te (laten) toetsen.



Inge Drabbels FB MB. Belastingadviseur

*Lodder-Dales Accountants en Adviseurs*

www.lodderd.com

## DLA ICT BEHAALT MICROSOFT GOLD MIDMARKET SOLUTION PROVIDER COMPETENTIE

Microsoft heeft aangekondigd dat DLA ICT de Gold Midmarket Solution Provider competentie toegewezen gekregen heeft. Deze status heeft DLA ICT verdiend door het best-in-class vermogen en betrokkenheid bij Microsoft klanten, daarbij onderscheidend te zijn in de ondersteuning bij de veranderende behoeften van klanten in de huidige dynamische zakelijke omgeving. DLA ICT plaats zich door deze status in de top 1 procent van de partners van Microsofts ecosysteem wereldwijd. Ronny ten Have van DLA ICT: "Deze Microsoft Gold Midmarket Solution Provider competentie weerspiegelt onze expertise in en betrokkenheid bij de huidige technologie in de markt en toont onze diepgaande kennis van Microsoft en haar producten. Door te dienen als ICT technologie adviseurs voor onze klanten en diens zakelijke behoeften, helpen we onze klanten hun succes te versnellen."

## SHOCKWAVE ZORGT VOOR SNELLERE REINTEGRATIE

Zieke werknemers kosten de werkgevers dagelijks veel geld. Als u uw werknemers naar Fysiotherapie & ShockWave Doetinchem verwijst en laat behandelen met de ECHTE (High Energy) ShockWave, dus afgeleid van de niersteenvergruizer, want dat is de enige echte werkzame vorm, dan kunt u rekenen op een snellere re-integratie en korter ziekteverzuim. Netto dus een enorme kostenbesparing! Aandoeningen die hiervoor in aanmerking komen zijn: tennisarm, hielspoor, achillespeesontsteking, verkalkingen rond gewrichten, zoals de schouder. Er wordt eerst deugdelijke intake en screening gedaan, met Echografie. Fysiotherapie & ShockWave Doetinchem, Melkweg 2a, 7005 AH Doetinchem. Tel 0314 394222. Internet: [www.fysiotherapiedoetinchem.com](http://www.fysiotherapiedoetinchem.com)

## JACCO VONHOF NIEUWE VOORZITTER VNO-NCW MIDDEN

Jacco Vonhof is tijdens de algemene ledenvergadering van VNO-NCW Midden benoemd tot voorzitter van de grootste regionale werkgeversvereniging voor ondernemers in de provincie Flevoland, Gelderland, Overijssel en Utrecht. Hij neemt het voorzitterschap over van Tineke Bakker-van Ingen, die na ruim vijf jaar voorzitterschap terugtreedt uit het bestuur. Vonhof (43) is directeur van NOVON Schoonmaak in Zwolle, een bedrijf met ruim 1100 medewerkers. Sinds maart 2010 is hij voorzitter van VNO-NCW in IJsseldelta en vanuit die functie algemeen bestuurslid van VNO-NCW Midden. Als verenigingsvoorzitter zal Vonhof worden voorgedragen voor benoeming in het dagelijks bestuur van de landelijke vereniging VNO-NCW.



# ESS FLITSEN

## RON VAN GENT NIEUWE DIRECTEUR VNO-NCW MIDDEN

Werkgeversvereniging VNO-NCW Midden heeft per 1 maart 2013 in Ron van Gent een nieuwe directeur.

Van Gent (53) heeft ruime ervaring opgedaan als directeur MKB-Nederland Noord en daarvoor als leidinggevende aan projecten en teams, zowel bij de overheid als in het bedrijfsleven. Hij is geboren en opgegroeid in het hart van het werkgebied van VNO-NCW Midden, de vereniging die opkomt voor belangen van ondernemers in Flevoland, Gelderland, Overijssel en Utrecht. Via geboorteplaats Renkum en middelbare scholen in Arnhem en Lochem is hij in het noorden beland.

“Ik verheug me erop met een enthousiast team en een ambitieus bestuur bij VNO-NCW Midden aan de slag te gaan en samen met de leden creatief en energiek inhoud en vorm te geven aan de doelstellingen en activiteiten van de vereniging.”



## TRANSFERNIEUWS BIJ PROFILERS

Martijn Elkind heeft het team van Profilers Communicatie in Doetinchem versterkt als commercieel manager. Na een leerzame periode als key accountmanager Sponsoring bij de Amsterdamse voetbalclub Ajax en zo'n vier jaar als commercieel manager bij De Graafschap werkzaam te zijn geweest, stroopt de Achterhoeker nu graag de mouwen op om de ambities van het creatieve no-nonsense bureau te realiseren.

**Geurink & Partners  
Advocaten:  
Een zaak van  
ondernemers**

In welke sector u ook actief bent: als ondernemer wilt u doen waar u goed in bent. U wilt dus niet teveel tijd kwijt zijn aan juridische bijkomstigheden zoals het huurcontract voor uw bedrijfspand, arbeidsvoorwaarden voor uw medewerkers, handelscontracten of transacties. Geurink & Partners staat u graag terzijde met specialiseerd advies en praktische ondersteuning en oplossingen. Op deze manier kunt u zich blijven richten op uw zaak.

**Onze zaak**

**Contact**  
Keppelweg 16, Postbus 305, 5000 AJ Doetinchem t +31 (0)314 32 80 40  
f +31 (0)314 32 80 41 e info@geurinkpartners.nl

[www.geurinkpartners.nl](http://www.geurinkpartners.nl)

**GEURINK & PARTNERS  
ADVOCATEN**

# 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 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 omzeteisen 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



# MKB in discussie: kansen voor 2013

Forumdiscussies vormen een vast onderdeel in Oost-Gelderland Business. Het aantal aanmeldingen was de laatste keer echter zo overweldigend dat we besloten het over een andere boeg te gooien. In plaats van negen deelnemers aan een tafel, mochten bijna twintig deelnemers bij Villa Ruimzicht in Doetinchem plaatsnemen en steeds met een wisselende groep mensen over de stellingen discussiëren.



Met 21 deelnemers kon Oost-Gelderland Business van een nieuw record spreken op dinsdag 5 februari. Na een kop koffie en een welkomstwoord van de uitgever, gingen de deelnemers aan tafel en werd er over vier verschillende stellingen gediscussieerd.

Alvorens de discussie daadwerkelijk van start ging, hadden twee leerlingen van het Graafschap College een paar minuten de tijd om aan de aanwezige ondernemers een business plan te presenteren, in kader van hun opleiding. Doel was om animo te genereren voor hun product (zie kader). De aanwezigen reageerden enthousiast op de leerlingen, die later ook aanschoven voor de discussierondes.

Tussendoor wisselden de deelnemers van tafel zodat zij tijdens elke discussie bij nieuwe gezichten 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. Aloys Harmsen van Pensioen Support Neder-

land was zeer te spreken over de diversiteit aan ondernemers. Rogier Stam van Geurink & Partners Advocaten deed voor het eerst mee aan een forum: "De opzet is goed en juist de afwisseling spreekt me erg aan." Patrick Uschkereit van B2Basix heeft in het verleden wel al eens aan tafel gezeten. "Ik vind de vernieuwde opzet beter. Je leert meer mensen kennen en er komt op deze manier meer expertise aan bod." Gerard Russchen van a&m impact

vond het ook leuk dat de studenten deelnamen aan de discussie. Hylke Meiners van skerp fc heeft nog wel een puntje van aandacht: "Om de discussie in gareel te houden is het wellicht het overwegen waard om in de toekomst met een tafel-leider te werken." Maar al met al mag Oost-Gelderland Business terugkijken op een zeer geslaagde dag. ■

'Share your passion, split your sound', dat is de slagzin van Positive Split, een studentenbedrijf dat is opgericht door 8 enthousiaste leerlingen van het Graafschap College. Zij gaan de markt veroveren met een unieke audio-splitter en richten zich voornamelijk op bedrijven die een modern relatiegeschenk willen geven. Het onderscheidende zit hem in de dop, die tevens dient als zuignap, waardoor de splitter ook te gebruiken is als standaard voor een mobiele telefoon. Contact kan via dit e-mailadres: [positive-split@hotmail.com](mailto:positive-split@hotmail.com).



**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. Emmy Giezenaar van Fongers & Fongers Werving en Selectie licht toe: "Je moet voortborduren op wat er goed ging." Lenard Kamps van Van Weeghel Doppenberg Kamps Notarissen vindt dat het voor een goede ondernemer niet uitmaakt of het crisis is of niet. "Je moet élk jaar vooruit kijken en anticiperen." Henk Steven Kleinburink van Tap & van Hoff Notarissen voegt daaraan toe dat "specialismen beter zijn dan een algemeen verhaal. Zoek desnoods een nichemarkt in jouw werkgebied." Tanya Martinus van Magis Marketing & Research sluit zicht daar bij aan. "En zorg er ook voor dat je het hele jaar door persoonlijke contactmomenten hebt." Patrick Uschkerit tipt dat je moet investeren in commercie, terwijl Marcel Teunissen van Winterswijk Vitaal aangeeft dat je scherp moet blijven en op tijd moet schakelen.



**Stelling 2: "Het contact met de klant wordt weer persoonlijk"**

Frank Sanders van Allodium Triple A sluit zich aan bij hetgeen Tanya Martinus tijdens de eerste stelling al zei: "zorg voor contactmomenten met je klanten." Gerard Russchen voegt daar aan toe dat de klant altijd centraal hoort te staan. "De meerwaarde van een ondernemer is kennis en ervaring, benadruk die toegevoegde waarde." Petra Hengevelt van Haaring - Hengevelt Makelaardij onderstreept de stelling vanuit haar vakgebied. "De makelaardij is altijd persoonlijk. We proberen ook altijd met de klant mee te denken." Hans Tragter van Tragter Groep geeft nog aan dat het belangrijk is om je in de klant te verdiepen en hoe je de klant moet benaderen. Richard van der Woude van Rabobank Achterhoek-Oost geeft aan dat het contact altijd al persoonlijk was en ook zo zal blijven, "echter zal het niet altijd face to face zijn. Maar alternatieven liggen natuurlijk voor de hand." Hylke Meiners voegt hieraan toe dat social media kan bijdragen aan het actief inspeken op latente contactverzoeken van (potentiële) klanten. "Zoek je klanten op, op welke manier dan ook."

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

De meningen over deze stelling zijn verdeeld. Sommige deelnemers vinden dat een sociaal personeelsbeleid niet ten koste mag gaan van de kwaliteit of het rendement van een onderneming. "Men loopt tegen oudere werknemers aan in verband met hoge kosten", zegt Sabine Vrijdag van Strandlodge Winterswijk. "Maar het is belangrijk om te kijken naar de kwaliteiten van je medewerkers." Aloys Harmsen sluit zich daar bij aan. "Ondernemers dienen meer dan ooit werknemers aan zich te binden." Inspelen op de huidige situatie is volgens Emmy Giezenaar een goede stap, maar "we moeten de toekomst niet uit het oog verliezen. Denk aan vergrijzing, ontgroening

en de uitstroom van mensen uit de regio Achterhoek en de geringe instroom van goed opgeleide mensen." Rogier Stam stelt dat de noodzaak tot innovatie altijd aanwezig is, dus ook in 2013. "Misschien juist nu. Deze economische omstandigheden bieden volgens mij ook kansen." Gerard Russchen ondersteunt de stelling, maar vindt dat zowel organisaties als mensen moeten veranderen. Russchen geeft ook een tip mee: "Stel een onder- en bovengrens van leeftijd vast. Dit motiveert naar mijn mening de organisatie. Verandering zorgt voor kansen." Terwijl Hylke Meiners concludeert dat het voor kleine ondernemers juist moeilijk is om leeftijdsbewust personeel aan te nemen. Richard van der Woude vindt juist dat sociale innovatie nog niet aan de orde is. "De juiste middelen zijn er nog niet voor."



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

Het grootste deel van de aanwezigen is het absoluut niet eens met deze stelling. Sterker nog, volgens Frank Sanders "is het een doodsteek voor het MKB." Ton Fox van Fox Horeca is het hier helemaal mee eens. "Het is op deze manier uitstel van executie." Henk Steven Kleinburink vindt dat "dergelijke regelingen het paard achter de wagen spannen." Rogier Stam ziet het wat genuanceerder. "De ervaring van de ondernemers is dat de regeldruk toeneemt, maar een en ander is wel afhankelijk van de markt waarin wordt geopereerd. Het is belangrijk om tijdig de juiste adviseurs in te schakelen." Robert-Jan Heinrich van Proma Protection vindt het prima dat er regels en kaders zijn, "maar het is niet nodig om ze elk jaar aan te passen. Betalen moeten we sowieso, dus dan maar direct betalen in plaats van uitstellen." Tanya Martinus heeft liever kaders in plaats van regels. "Op die manier laat je ondernemers een bepaalde speelruimte. En juist door die speelruimte denk ik dat de regeldruk afneemt." Volgens Eef Steentjes van SteentjesWoltersMulder Advocaten worden de problemen juist verplaatst. "Meer 'eenvoudige' regels vermindert de regeldruk niet." Patrick Uschkeit geeft een laatste tip mee: "zorg dat je altijd een actueel financieel plan hebt!"

# Slopen, verkopen of blijven hopen

Het vastgoed in Nederland staat volop in de belangstelling: er staat inmiddels ruim 7 miljoen vierkante meter kantoorruimte leeg, menige woningcorporatie verkeert in financiële problemen vanwege discutabele acties van hun bestuurders en steeds meer bedrijfspanden komen leeg te staan, om diverse redenen. Of deze problemen in 2013 tot een oplossing zullen komen, is nog maar de vraag.

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. Dat kunnen we verder 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 slagter – maar in feite geldt dit voor alle retail. Wat overblijft zijn de megawarenhuizen, supermarkten, grote kledingzaken en franchisers, van bijvoorbeeld schoenenmerken. Resultaat is dat de winkelcentra steeds meer een knip-en-plakinfilling krijgen: overal 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 kenniseconomie. 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 langzaam 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 verrich-

ten, bijvoorbeeld thuis of op de zogeheten derde werkplek (flexoffices van bijvoorbeeld Regus, Spaces, Crown of seats2meet).

## 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-concepten, 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 vrezden 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 moe-





### Top-10 leegstandsgemeenten

1. Leidschendam-Voorburg (bijna 40% staat leeg)
2. Capelle aan den IJssel (ruim 30%)
3. Nieuwegein
4. Veendam (bijna 30%)
5. Gouda
6. Amstelveen
7. Stichtse Vecht
8. Almere
9. Heerenveen
10. Zoetermeer (ruim 20%)

ten '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 kantoorvierkantemeters 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 horecagelegenheid 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 twaalf miljoen vierkante meter commercieel gemeentelijk vastgoed niet maatschappelijk wordt gebruikt. Met de huidige marktprijs komt



dat neer op een slordige twintig 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](http://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.breeam.nl](http://www.breeam.nl) of de website van de Dutch Green Building Council: [www.dgbc.nl](http://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](http://www.agentschapnl.nl) of via [www.platform-duurzamehuisvesting.nl](http://www.platform-duurzamehuisvesting.nl)) waarmee een huurder inzicht krijgt in de vele mogelijkheden 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.

## Krimp

In het oosten van Gelderland is leegstand van kantoorpanden minder aan de orde als in andere delen van het land. Krimp in de bevolkingsgroei en alle problemen die daarmee gepaard gaan, verdienen echter wél de aandacht.

Eind 2012 hebben de gemeenten in de Achterhoek een brief geschreven aan de Provinciale Staten met daarin de vraag de urgentie van de krimp niet te onderschatten. In de Achterhoek daalt tot 2040 het inwoneraantal van bijna 300.000 naar 280.000. Het zijn vooral de gemeenten Berkelland, Oude IJsselstreek, Montfer-

land en Bronckhorst die hierdoor hard worden getroffen; de krimp bedraagt daar meer dan 10 procent.

Er wordt onvoldoende onderstreept wat de brede, diepe impact daarvan is op de gemeenten, zegt Wilma Stortelder namens Regio Achterhoek. Zo heeft de provincie in de lijst met prioriteiten niet het landelijk gebied opgenomen. “Terwijl daar de impact heel groot is van boerenbedrijven die worden stopgezet en bedrijven die vrijkomen zonder zicht op nieuwe invulling.”

Ook missen de gemeenten aandacht voor de effecten op sociaal gebied. Stortelder: “De provincie bekijkt de krimp vooral vanuit economisch en ruimtelijk oogpunt. Maar wat betekent het dat er straks voor veel gezinnen geen scholen meer om de hoek zijn en dat er minder huisartsen zijn?” Er zijn wel ideeën over innovatieve oplossingen om de zorg anders te organiseren, maar daarvoor heeft de provincie onvoldoende aandacht, vinden de regiogemeenten. ■



OOST-GELDERLAND

# BUSINESS®



Check de [Oost-Gelderland.nl](http://Oost-Gelderland.nl) E-Paper app voor je tablet en smartphone op [www.oostgelderlandbusiness.nl](http://www.oostgelderlandbusiness.nl)

VTC Travel Solutions:

# Sprankelende reizen op maat

Met een haai zwemmen in de oceaan. Thuiskomen met een hondenpaspoort op zak als reisdocument, of ideeën opdoen op een beurs in Las Vegas. Dat is allemaal mogelijk bij specialist in zakelijke reisevenementen VTC Travel Solutions uit Didam. “Wij zorgen dat de MKB-er die ons inhuurt zijn doelstellingen behaalt”, vertelt eigenaar Henk Vellekoop heel eerlijk. Dat doet hij al 15 jaar.

Dat met dat hondenpaspoort is echt gebeurd. Op een dag stond Vellekoop bepakt en bezakt met een groep retailers op een luchthaven in Groot-Brittannië. Tot nog toe was de trip vlekkeloos verlopen. De deelnemers hadden een interessant inkijkje gehad bij hun collega's over de grens. Ze hadden hun nieuwsgierigheid bevredigd en bovendien genoten van het exclusieve eten en het comfortabele hotel. En nu checkten ze in voor de terugreis. “U moet hier blijven”, sprak een vrouw bij de douane streng. De betreffende man keek stomverbaasd. Ze vervolgde: “Is dit soms een grap?” Reisleider Vellekoop was snel ter plaatse. Hij hielp het probleem uit de wereld. “Ik heb nog nooit iemand achtergelaten”, verklaart hij eenvoudig. Dit is precies waar het bij VTC Travel Solutions om draait: om gegarandeerde professionaliteit. Vakmanschap. De deelnemers ontzorgen, eventuele moeilijkheden oplossen en de veiligheid waarborgen, door in zee te gaan met betrouwbare lokale partijen. “Die kennen wij namelijk. Ons netwerk kent een wereldwijd karakter.”

## Beste restaurant van de wereld

De zakelijk reisagent krijgt in de dagelijkse praktijk de meest uiteenlopende vragen voorgeschoteld. Over zakenreizen, personeelstrips, dealerrei-



zen, fabrieks- en beursbezoeken of handelsmissies. Tegenwoordig mag het iets soberder dan een paar jaar geleden, toen de bomen voor sommige mensen tot de hemel groeiden, met sensationele diners in het beste restaurant van de wereld (momenteel Noma met vernieuwende kooktechnieken aan de haven van Kopenhagen).

Soms weet iemand precies wat de bedoeling is. De reiziger wil een beurs bezoeken die op een bepaalde datum wordt gehouden. Daar is dan geen speld tussen te krijgen. “Maar een ander heeft een personeelsreis naar Berlijn in gedachten. Op dat moment check ik even: bent u tot de juiste conclusie gekomen? Wellicht biedt Barcelona meer mogelijkheden om de beoogde doelstellingen te bereiken.”

Zo organiseerde VTC een personeelsreis voor de medewerkers van een ketenrestaurant. De groep vertoefde een paar dagen in het luxe Sheraton hotel met chique kamers in hartje Brussel en zat bij aan luxueuze diners met exquise gerechten en dito wijnen. “De organisator vond het fantastisch, maar de medewerkers voelden zich minder op zijn plaats. Dus heb ik het jaar erop een reis georganiseerd naar een sporthotel in Duitsland. Daar werden grooote schnitzels geserveerd, en flinke potten bier geschonken. Dat was voor de medewerkers een schot in de roos.”

Maar ook een marathonreis naar Moskou, een branchereis met Cuba als bestemming, een handelsoriëntatiereis om Brazilië onder de loep te nemen of een voetbaltrainingskamp in Turkije organiseert VTC met liefde en plezier. “Het is mijn drive om een op maat gemaakt arrangement samen te stellen, met als het kan extra tijd in het programma om te genieten van lokale cultuur. Mijn dertigjarige ervaring in de reiswereld komt me daarbij goed van pas. Zo zorg ik voor zakelijke arrangementen die op maat zijn gemaakt voor het betreffende doel. Of dat nou het volgen van een training is, de afnemer binden aan de leverancier of de onderlinge band versterken!” ■



# BUSINESS FLITSEN



## NIEUWE VENNOOT VOOR BONSENREULING

Roel Wiegers is als vennoot toegetreden tot de maatschap BonselReuling Accountants-Belastingadviseurs. Hiermee volgt hij Harm Sikkes op, die per 1 januari als vennoot uit de maatschap is getreden. Harm Sikkes blijft wel verbonden aan BonselReuling als adviseur/medewerker en zal nog een aantal werkzaamheden voor klanten en het kantoor blijven voortzetten.

Wiegers, 34 jaar en woonachtig in Lichtenvoorde, was voor zijn aanstelling als vennoot al meer dan 12,5 jaar in dienst bij BonselReuling als accountant op de vestiging in Lichtenvoorde. In december heeft Sikkes zijn 40-jarig jubileum gevierd, samen met klanten, relaties, collega's en familie.

## SOCIAL DESIGN, EEN NIEUWE MANIER VAN ONTWERPEN

In Yuushien Garden, een privépark in de buurt van Hiroshima in Japan, presenteerde tuinarchitect Nico Wissing onlangs zijn ontwerpvisie in de vorm van een kunstwerk: een uitvergrote papierprop waarin verschillende microlandschappen verscholen liggen, met binnenin een waterbron.

Het ontwerp staat symbool voor de kracht van de natuur in combinatie met architectonische doeleinden. Het stimuleren en behouden van waardevolle biodiversiteit op micro niveau, met daarin groene ruimtes voor vogels en insecten. Een social design, waaruit nieuw leven ontstaat.

Het "levend ontwerp" is een nieuwe manier van vormgeven: samen met de natuur en de weersinvloeden: zon, schaduw, wind, water. Binnen deze nieuwe manier van vormgeven is plaats voor "spontaan geboren schoonheid, zoals de spontane begroeiing in een dakgoot, de schoonheid van een nieuwe berk, de groei van het eerste sneeuwkllokje. De Plant-Prop is gepresenteerd als architectonisch "levend" kunstwerk. Deze nieuwe ontwerpvisie kan een bouwsteen vormen voor toekomstige bouwkundige projecten.



Heeft uw auto een kras, deuk of andere schade opgelopen? Onze goed opgeleide en ervaren medewerkers repareren elke autoschade vakkundig. We maken gebruik van de **nieuwste technieken**, originele merkonderdelen en **A-merk lakken**. Bovendien helpen we u met passend vervangend vervoer altijd **snel weer op weg**. Van schadeoperatie tot en met de afwikkeling met uw verzekeraar of leasemaatschappij: **wij regelen het voor u**.



### Dootinchem

Edelestraat 65  
7016 RA Dootinchem  
Tel: 0314 - 94 10 30

### Spankeren

Van Renswalerweg 8  
6861 AV Spankeren  
Tel: 0319 - 41 97 85

### Lichtenvoorde

Mercatorstraat 38  
7131 PX Lichtenvoorde  
Tel: 0544 - 39 00 10

### Zutphen

De Stoven 7  
7208 AZ Zutphen  
Tel: 0575 - 52 50 31

[WWW.AUTOSCHADEGELDERLAND.NL](http://WWW.AUTOSCHADEGELDERLAND.NL)

# BUSINESS FLITSEN

## GI-REAL KLAAR VOOR NIEUWE GROEIFASE

Software-ontwikkelaar I-Real uit Terborg is de afgelopen twee jaar sterk gegroeid in de markt van telemetrie en webgebaseerde software. Het personeelsbestand is verdubbeld evenals het klantenbestand. Naast verdere groei in bestaande markten wil het bedrijf de komende jaren haar producten en diensten afzetten in nieuwe markten en sectoren.

Om dit te kunnen realiseren is behoefte aan nieuwe kennis en expertise. Daarom is I-Real op zoek gegaan naar versterking en heeft deze gevonden in de persoon van Bouke Siebenga. Oprichter Eric Heersink is zeer bewust op zoek gegaan naar een nieuwe directeur voor I-Real. “De afgelopen 10 jaar hebben we I-Real opgebouwd tot wat het nu is: een sterk groeiend bedrijf met inmiddels meer dan 30 medewerkers. Om verder te kunnen groeien, heeft I-Real iemand nodig met managementervaring en kennis van andere markten. Met de komst van Bouke Siebenga vergroten we onze slagkracht



en kunnen we verder bouwen aan dit prachtige bedrijf. Ikzelf blijf als commercieel directeur en lid van het managementteam uiteraard betrokken bij I-Real”, aldus Heersink.

Siebenga heeft jarenlange management ervaring op het gebied van energie en duurzaamheid bij General Electric en Mastervolt. “Mijn passie is om technologiebedrijven te helpen

groeien en verder te professionaliseren. De mogelijkheid om met I-Real de volgende groeifase in te gaan, grijp ik daarom graag met beide handen aan. I-Real heeft een sterke positie in de markt van waterbeheer en verkeersmanagement en we zien goede mogelijkheden om verder te groeien in energiebeheer en grondzaken”, aldus Siebenga.

## GEZOCHT: GELDERSE AGRI, FOOD EN FEEDBEDRIJVEN VOOR INNOVATIEVOUCHERS

Food Valley reikt in opdracht van de provincie Gelderland innovatievouchers uit. De totale waarde van de vouchers bedraagt 200.000 euro.

De innovatievouchers zijn bedoeld voor agri, food en feed (gerelateerd) bedrijven in Gelderland die willen innoveren. De vouchers mogen worden ingezet om kennis in te kopen voor bijvoorbeeld het verbeteren of realiseren van een product of proces. Het bedrijf stelt hier-

voor een specifieke onderzoeksvraag op die ze graag beantwoord willen zien en dienen deze vraag in bij Food Valley om in aanmerking te komen voor een innovatievoucher. De vouchers kunnen bijvoorbeeld worden gebruikt voor onderzoek, het huren van laboratoriumfaciliteiten of het inschakelen van innovatie- en/of subsidieadviseurs.

Gelders MKB kan een zogenaamde voucher van maximaal 10.000 euro aanvragen bij Food Valley en investeert zelf minimaal 50% van de totale kosten. Food Valley beoordeelt of de (onderzoeks)vraag in aanmerking komt voor één van de innovatievouchers en begeleidt het bedrijf indien gewenst bij het vinden van de juiste kennisaanbieder.

Annemieke Traag, gedeputeerde van de provincie Gelderland is blij Gelderse bedrijven deze mogelijkheid te bieden: “Met deze innovatievouchers willen we het MKB helpen bij het realiseren van hun innovatieplannen. De stichting Food Valley is voor ons een belangrijke partner om innovatie in agri, food en feed te stimuleren. Gezamenlijk hopen we hiermee een mooie stimulans te bieden om innovatieprojecten te realiseren.”

**Meer informatie over aanmelden voor een innovatievoucher & de voorwaarden:**  
[www.foodvalley.nl](http://www.foodvalley.nl).

# Hét ontmoetingspunt voor alle regionale ondernemers

In een special opgebouwd paviljoen op de parkeerplaats van stadion De Vijverberg vindt op dinsdag 26 en woensdag 27 maart 2013 de achtste editie van De Graafschap Zakenmanifestatie plaats.

De Graafschap is de grootste netwerkorganisatie van Oost-Gelderland en bevordert actief zaken doen met elkaar. Daarom is het bezoeken van deze unieke en sfeervolle beurs een must voor alle beslissers en managers van bedrijven, over-

heden en instellingen uit voor dit unieke evenement.

In de gezellige en informele sfeer, waar De Graafschap om bekend staat, kunnen ondernemers nieuwe contacten leggen,

relaties uitdiepen en samen scoren door elkaar de bal toe te spelen en het elkaar te gunnen.

Het programma komt tot stand in samenwerking met succesvolle 'toppers' en 'ervaringsdeskundigen' uit het bedrijfsleven en de sport. Met actuele thema's en belangrijke zaken voor elke ondernemer. Maar ook met een blik op voetbal, de core-business van onze vereniging, want zoals iedereen weet is ondernemen ook een topsport. Zo zal topscheidsrechter

## HET PROGRAMMA

### Dinsdag 26 maart 2013

- 14:00 uur: Beurs open
- 14:10 uur: Openingswoord door voorzitter van de Business Club Vincent Immink
- 14:15 uur: Officiële opening en presentatie door topscheidsrechter Bas Nijhuis
- 15:00 uur: Café Zakenmanifestatie met presentator Frans Miggelbrink
- 16:00-19:00 uur: Spijkertijd van Optimaal FM Live met Rob Spijker
- 19:30 uur: Modeshow met selectiespelers van De Graafschap op de catwalk

### Woensdag 27 maart 2013

- 14:00 uur: Beurs open
- 15:00 uur: Café Zakenmanifestatie met presentator Frans Miggelbrink
- 16:00-19:00 uur: Spijkertijd van Optimaal FM Live met Rob Spijker
- 19:30 uur: Sportcafé met diverse gasten uit de voetbalwereld
- 20:15 uur: Loting internationaal Terborg Toernooi
- 22:00 uur: Naborrelen in ruimte De Graafschap Aktief







## Zorg dat u erbij bent

In een informele en gezellige ambiance ontmoeten 'vraag' en 'aanbod' elkaar. Zij vertellen, en laten elkaar zien wat ze voor elkaar kunnen betekenen en wat ze samen kunnen doen om succesvol te zijn én te blijven.

Zakenmanifestatie De Graafschap biedt u een doelgerichte en voordelige manier voor:

- contacten leggen en relaties uitdiepen
- naamsbekendheid vergroten
- imago versterken
- netwerken en afspraken maken
- informatie, visies, kennis en ervaringen uitwisselen
- inspiratie en nieuwe ideeën opdoen
- en zaken doen in een bijzondere omgeving met een gezellige sfeer waar men elkaar graag de bal toe speelt om te scoren in ieders belang.

De vorige editie van deze manifestatie is bezocht door 8000 geïnteresseerden (zakenmensen uit de gehele regio) en vrijwel alle deelnemers konden terugblikken op een succesvolle beurs. Gelet op het aantal bedrijven, dat al interesse heeft getoond, staat de komende manifestatie wederom in grote belangstelling bij de sponsors van De Graafschap.

Op beide dagen zal Optimaal FM tussen 16.00 en 19.00 uur live uitzenden vanaf De Graafschap Zakenmanifestatie. ■

**Elders in dit magazine vindt u twee GRATIS entreekaarten voor De Graafschap Zakenmanifestatie.**

Bas Nijhuis de Zakenmanifestatie officieel openen en aansluitend een presentatie geven.

Bezoekers, exposanten en deelnemers krijgen alle mogelijkheden om informatie, kennis en ervaringen uit te wisselen,

nieuwe visies en ideeën te horen en met elkaar van gedachten te wisselen om samen nog meer zaken te doen; in zowel de eigen regio als ver daarbuiten.

Tegen inlevering van een ingevulde toegangkaart en/of visitekaartje is de entree gratis.

## Gratis advies bij arbeidsrecht-problemen

# SteenjtesWoltersMulder Advocaten introduceert Eerste Hulp Bij Arbeidszaken

Ondernemers weten dankzij gratis advies voortaan snel hoe zij moeten handelen bij een arbeidsconflict of ontslag. Advocatenkantoor SteentjesWoltersMulder in Lichtenvoorde introduceert hiervoor een nieuwe gratis dienst: Eerste Hulp Bij Arbeidszaken.

Met de introductie van onze nieuwe dienst Eerste Hulp Bij Arbeidszaken willen we de drempel voor het inschakelen van specialistische juridische hulp verlagen”, vertelt advocaat Eef Steentjes van SteentjesWoltersMulder Advocaten in Lichtenvoorde. “De ondernemer komt zo in een vroeg stadium te weten hoe hij een arbeidsrechtelijk probleem moet aanpakken en bijvoorbeeld een dossier moet opbouwen. Daardoor zal een conflict sneller opgelost worden of zal een ontslag volgens de regels verlopen.” Het resultaat is volgens Steentjes minder emotionele en vooral financiële schade bij de werkgever. Een advocaat is op het gebied van arbeidszaken de deskundige bij uitstek.

### Eerste Hulp Bij Arbeidszaken

Met haar nieuwe dienst Eerste Hulp Bij Arbeidszaken speelt SteentjesWoltersMulder in op de toenemende behoefte aan juridisch advies op het terrein van arbeidsrecht. De economische crisis zorgt er onder andere voor dat ondernemers veel vragen hebben. Om het hoofd te bieden aan deze vragen, startte SteentjesWoltersMulder eerder al met een speciaal Ondernemersspreekuur. Ondernemers



*Met het Ondernemersspreekuur en de nieuwe dienst Eerste Hulp Bij Arbeidszaken biedt het advocatenteam van SteentjesWoltersMulder ondernemers een welkome en gerichte ondersteuning (v.l.n.r. Jan Wolters, Ramon Heinen, Mieke Mulder, Martine Meijer en Eef Steentjes).*

met vragen op allerlei terreinen kunnen deze kosteloos voorleggen aan de advocaten van het kantoor. Ook het screenen van arbeidsovereenkomsten of andere contracten behoort tot de mogelijkheden. Advocate arbeidsrecht Martine Meijer vertelt: “Net als met ons Ondernemersspreekuur streven we met onze nieuwe dienst Eerste Hulp Bij Arbeidszaken naar juridische hulp die voor iedereen toegankelijk is. We helpen ondernemers zo op weg bij vraagstukken en problemen waar ze – gelukkig – geen of weinig ervaring mee hebben, maar die wel ingrijpende gevolgen voor de onderneming kunnen hebben.”

### Gratis advies

Net als bij het Ondernemersspreekuur is het advies dat Martine Meijer bij de Eerste Hulp Bij Arbeidszaken geeft gratis.

“Is de ondernemer met dit eerstelijns advies geholpen, dan is dat prima. Is de zaak ingewikkelder, dan zijn er misschien vervolgstappen nodig. Deze bespreek ik dan met de ondernemer. Doel is altijd een oplossing te vinden voor het probleem dat er ligt.”

Ondernemers die Eerste Hulp Bij Arbeidszaken willen, kunnen langskomen op het Ondernemersspreekuur (elke maandagmiddag vanaf 15.30 uur), bellen met 0544-397200 of een e-mail sturen naar [info@steentjeswoltersmulder.nl](mailto:info@steentjeswoltersmulder.nl).

Om ondernemers nog beter van dienst te kunnen zijn, geeft SteentjesWoltersMulder voortaan ook een gratis digitale nieuwsbrief uit. Via [www.steentjeswoltersmulder.nl](http://www.steentjeswoltersmulder.nl) kunt u zich eenvoudig voor deze nieuwsbrief aanmelden. ■

# Goede voornemens? Wat dacht u van een vitalere organisatie?

Januari is de maand van de goede voornemens. Stoppen met roken en afvallen zijn wel de meest gekozen. Je ziet het ook aan de statistieken. In januari is de verkoop van tabak altijd het laagst en de verkoop van calorie-arme kaas het hoogst. Maar al in februari normaliseert het zich weer en in maart is iedereen die goed voornemens al lang weer vergeten.

Wetenschappelijk is aangetoond dat januari ook een hele slechte maand is om je leefstijl te veranderen. Het is namelijk koud en somber en het doorzettingsvermogen is dan niet hoog. Geschikter is het voorjaar, als de krokussen bloeien en de vogels hun lied weer massaal zingen. Mensen hebben dan ook meer zin in vernieuwing en de kans om te stoppen met roken of kilo's kwijt te raken is veel groter.

Niet toevallig zijn roken en overgewicht twee belangrijke risicofactoren voor verzuim. Mensen die roken verzuimen veel meer dan niet rokers en bij mensen met

overgewicht is dat zelfs twee maal zo hoog. De minister van VWS, Edith Schippers, weet dit ook en heeft besloten hulp bij stoppen met roken weer in de basisverzekering te stoppen. En als werkgever heeft u er baat bij dat uw mensen goede voornemens hebben, maar er dan wél in slagen het beoogde doel te bereiken. Maar u weet, gedragsverandering is een hele lastige en wat hulp is hierbij meer dan welkom.

De brancheorganisatie voor de bouw, Arbouw, helpt om bouwvakkers af te vallen middels een intensief programma inclu-

sief persoonlijke begeleiding. Het is wel wat duur: 148 euro per kilo dat men afvalt (bron: VK 4 januari 2013). Maar, zo verzekert Arbouw, het is de investering waard.

Dat geloven wij best. Maar wij geloven ook dat het wat goedkoper en efficiënter kan. Niet door één-op-één begeleiding, maar door juist aan de intrinsieke motivatie van de medewerker te komen. Als Verzuimeconoom zijn wij sinds 2008 hierin succesvol met een methode die uit de VS is geïmporteerd. Grote en kleine werkgevers hebben hier mee gewerkt en zijn zonder uitzondering enthousiast. Op [www.deverzuimeconoom.nl](http://www.deverzuimeconoom.nl) staat een artikel met hierin een drietal iconen van het Nederlandse bedrijfsleven aan het woord.

Bent u overigens bekend met artikel 18 van de Arbowet? Volgens dit artikel bent u als werkgever verplicht om periodiek een preventief medisch onderzoek aan uw mensen aan te bieden. Staatssecretaris De Krom heeft begin oktober 2012 een onderzoek door CapGemini gepubliceerd, waaruit blijkt dat investeren in de gezondheid van werknemers het bedrijfsleven jaarlijks 2,6 miljard euro aan kosten kan besparen (zie [www.deverzuimeconoom.nl](http://www.deverzuimeconoom.nl) voor dit artikel).

Dat is nog eens de moeite waard lijkt ons. En dan slagen wij er ook nog eens in een aanzienlijk deel van die kosten te laten financieren door verzekeraars. Wat wilt u nog meer? Dus als u een vitale organisatie als goed vernemen heeft en u wilt er ook echt een succes van maken, dan zullen wij u hier graag bij helpen. ■

**Frank Germans - De Verzuimeconoom**  
**Heilbron Assurantiën**  
**0314-373260 - [www.heilbron.nl](http://www.heilbron.nl)**



## Doetax: tegen verwachting een succesverhaal

# 'Doen wat je zegt en zeggen wat je doet'

Setax werd in september 2012 failliet verklaard. Oud bedrijfsleider Richard Seijger nam een deel van de boedel over en maakte een doorstart onder de naam Doetax. Na een moeizame start ziet de toekomst er weer rooskleurig uit.

Ga er maar aanstaan; na 22 jaar je baan kwijtraken en dan ongeacht de economische situatie een eigen bedrijf starten. Richard Seijger deed het. "Men verklaarde me voor gek. Hoe ik in dit economische klimaat zoiets kon doen. En op televisie is het ook niets anders dan kommer en kwel. Tja, een half jaar later blijkt het toch wel een succesverhaal te zijn."

Alle klanten die bij Setax zaten, zijn met Seijger meegegaan naar Doetax. "Zij zijn

niet aan contracten verbonden. Ze weten waar ik voor sta en welke kwaliteiten ik kan bieden. Ik heb natuurlijk 22 jaar bij Setax gewerkt. En sommigen hebben me daar zien binnenkomen als beginnend chauffeur en mij zien doorgroeien tot operationeel manager. Uiteindelijk moet je niet te moeilijk doen. Je moet doen wat je zegt en je moet zeggen wat je doet. Zo makkelijk is het."

Doetax heeft dus een groot deel van de oude klanten van Setax overgenomen.

"Sinds de overname heb ongeveer vijf klanten per maand er extra bij gekregen. Dat zijn er dus dertig bovenop de honderd die we al hadden. Daar zijn we natuurlijk superblij mee! Ik had niet verwacht dat het zo snel zou gaan. En soms droom ik wel eens wat vooruit. Als over een jaar of twee de economie weer wat aantrekt, hou zou het dan met Doetax gaan?"

Achteraf gezien is Seijger enigszins noodgedwongen met de overname begonnen. "Na het faillissement van Setax zat ik thuis; 52 jaar, geen baan. Dat vond ik niks. Ik ben toen sollicitatiebrieven gaan schrijven, maar daar kreeg ik zulke flauwe reacties op." Lachend: "Zeg dan meteen dat ik te oud ben. Maar goed, daarna kwam Doetax in beeld."





## Moord en doodslag

De taxipoot is het zwarte schaap in de Doetax-familie. “Het is vechten, moord en doodslag”, steekt Seijger van wal. “Ze slaan elkaar bijna de koppen in om een ritje. De concurrentie is moordend. In de praktijk zijn er wel samenwerkingsverbanden gecreëerd om in aanbestedingen mee te kunnen doen. Maar in mijn ogen is het fenomeen Europese aanbesteding een te verfoeien iets, het maakt alles kapot. De aanbestedende partij haalt z’n financiële voordeel en is minder geld kwijt dan het jaar ervoor. Maar hij krijgt ook minder kwaliteit en dienstverlening. Uiteindelijk is de eindgebruiker de dupe. Vroeger kreeg je bijvoorbeeld de opdracht om voor een zieke dertig ritjes naar Arnhem te verzorgen. En je begeleidde diegene van deur tot deur, het hele plaatje dus. Tegenwoordig mag je van geluk spreken als een bus op tijd komt en de begeleiding is er al helemaal niet meer. Wat dat betreft prijs ik me gelukkig dat ik

een half jaar geleden alleen de koeriersdiensten en het zakelijke taxigedeelte heb meegenomen. Daar kun je tenminste een verschil maken.”

## Nichemarkt

Door een nichemarkt in te duiken, je te specialiseren kun je in de ogen van Seijger nog wel een boterham verdienen. Maar dan moet je soms je nek uitsteken. “Ik doe bijvoorbeeld op het gebied van transport heel specifiek alleen maar spoedklussen. Natuurlijk nemen we ook wel eens pakketjes mee voor de volgende dag, maar er zijn andere partijen die dat veel beter kunnen. Mij kun je bij wijze van spreken nu bellen. En of dat nou voor een enveloppe is of een pallet, dat maakt niet uit. Ik heb altijd een chauffeur en altijd een bus klaar staan.”

Doetax biedt op deze manier een dienst aan die niet veel bedrijven in de regio kunnen bieden. Seijger: “We hebben misschien niet veel klanten, maar er zijn ook

niet veel bedrijven die dit kunnen. Dus die klanten vinden je wel. Helemaal als je ervoor zorgt dat de kwaliteit hoog in het vaandel blijft staan. Dan kun je langdurige relaties aangaan met je klanten.”

Een houding die tekenend is voor Doetax. Volgens Seijger gaat er veel goed. Maar als het fout gaat, is Seijger ook de eerste die het toegeeft. “Ik trek het boetekleed aan en probeer het probleem of de fout op te lossen. Dat wordt gewaardeerd. Net als persoonlijk klantcontact, dat is een tak van sport die nog wel een wordt onderschat. Ik heb onlangs ook weer een rondje gemaakt. Gewoon even bij de klant langs, lekkere taart mee en even informeren hoe het gaat en of de klant tevreden is.” ■



WIE

Die Welt der Kunstwerke ist un-  
geheuer vielfältig. Jedes Werk hat  
seine eigene Geschichte. Und es  
ist nicht nur die Kunst, die die  
Kultur prägt.

MAAKT

HIER

Die Kunst ist ein Spiegel der  
Welt. Sie zeigt uns die  
Schönheit der Dinge und die  
Tiefe der menschlichen  
Geistigkeit. Sie ist ein  
Mittel, um die Welt zu  
verstehen und zu  
verändern. Sie ist ein  
Mittel, um die Welt zu  
schönern und zu  
verbessern. Sie ist ein  
Mittel, um die Welt zu  
erleuchten und zu  
beleben.

LETS

Die Kunst ist ein Mittel, um die  
Welt zu verstehen und zu  
verändern. Sie ist ein Mittel,  
um die Welt zu schönern und  
zu verbessern. Sie ist ein  
Mittel, um die Welt zu  
erleuchten und zu beleben.

MOOS

Die Kunst ist ein Mittel, um die  
Welt zu verstehen und zu  
verändern. Sie ist ein Mittel,  
um die Welt zu schönern und  
zu verbessern. Sie ist ein  
Mittel, um die Welt zu  
erleuchten und zu beleben.

VAN?

Die Kunst ist ein Mittel, um die  
Welt zu verstehen und zu  
verändern. Sie ist ein Mittel,  
um die Welt zu schönern und  
zu verbessern. Sie ist ein  
Mittel, um die Welt zu  
erleuchten und zu beleben.



## Flexibiliteit en lage bijtelling bepalen keuze

# MKB stapt over naar autolease

Kleine en middelgrote bedrijven kiezen er vaker voor om de auto van de zaak te leasen. In toenemende mate is er sprake van 'sale & lease back' van het wagenpark. Bij aanhoudende economische onzekerheid willen bedrijven hun financiële middelen vrijhouden voor kernactiviteiten en deze niet vastleggen in zaken als auto's, zo blijkt uit de jaaranalyse van LeasePlan Nederland. De keuze van het type auto wordt onverminderd sterk bepaald door de fiscale bijtelling waardoor de populariteit van modellen met een lage CO<sub>2</sub>-uitstoot verder groeit.

Het feit dat Ford in het vierde kwartaal Renault verdringt als meest bestelde auto met geel kenteken, onderstreept de voorkeur voor groene auto's. De Ford Focus TDCI Econetic, volgens Ford de zuinigste niet-hybride gezinsauto op de markt, is bij LeasePlan het meest gevraagde type. Renault zakt met zijn Mégane Estate Energy naar de tweede plaats, waarschijnlijk omdat dit model dit jaar niet meer in de 14%-bittellingscategorie zou vallen. Renault heeft overigens laten weten dat het inmiddels aanpassingen heeft gedaan waardoor het lage bittellingspercentage blijft gelden.

### Groene diesels

Nummer drie op de lijst blijft Volkswagen, met name dankzij de Polo 1.2 TDI BlueMotion. Het concern heeft aangekondigd dat het in de tweede helft van 2013 ook een Golf en Jetta op de markt brengt die net als de Polo onder het lage bittellingspercentage

vult. Acht auto's in de Top 10 zijn een 14%-uitvoering, de andere twee vallen in het 20%-tarief.

Uit de analyse blijkt verder dat diesels nog steeds terrein winnen, ten koste van de benzinemotor. Minder dan één op de drie bestelde auto's rijdt op benzine, terwijl bijna 60% een dieselmotor heeft. In de Top 10 staan acht diesels. Het aandeel hybrides is dit jaar gestegen tot 7,3% en dat van elektrische auto's komt op 2%. Met name het MKB heeft oog voor hybride motoren: de Opel Ampera en de Toyota Prius staan in dit segment op plaats 6 en 7.

### Minder uitstoot

De leasevloot stoot steeds minder CO<sub>2</sub> uit. De in 2012 bestelde dieselauto's komen op een gemiddelde van 108 gram per gereden kilometer, tegen 114 gram in het voorgaande jaar. Voor benzineauto's is dat 123

gram CO<sub>2</sub> per kilometer versus 132 gram in 2011.

De verbetering van de milieuprestaties hangt samen met de keuze voor een lage bittelling. Het aandeel van auto's in het hoogste bittellingstarief is teruggelopen van bijna een derde tot minder dan een kwart. Terwijl het gemiddelde bittellingspercentage daalt, stijgt de gemiddelde fiscale waarde van bestelde auto's. Een gemiddelde 14%-uitvoering kost 23.000 euro: 11% meer dan in 2011. De gemiddelde 25%-uitvoering heeft een vergelijkbare kostenspurt gemaakt.

### CO<sub>2</sub>-metingen op basis van werkelijk verbruik

De switch van eigendom naar lease compenseert gedeeltelijk de conjuncturele krimp van de leasemarkt, zegt Erik Staat, woordvoerder van LeasePlan Nederland. "Hoewel de leasemarkt over 2012 per saldo een kleine daling zal laten zien, kijken wij met een groeiende vloot tevreden terug op het afgelopen jaar. Ook de verdere vergroening van het gehele wagenpark stemt ons positief. De run op auto's in lage bittellingscategorieën zorgt voor een duidelijke vermindering van de CO<sub>2</sub>-uitstoot. Echter, de toenemende verschillen tussen metingen op basis van de fabrieksnormen en het werkelijke brandstofverbruik baren ons wel zorgen. Om onverwachte kosten te voorkomen ontstaat de vraag naar een normering die gebaseerd is op het daadwerkelijke verbruik van de auto. Naar verwachting zal dit onderwerp de gemoederen in 2013 bezig houden." ■



# Een nieuwe kantoorcultuur

Tijdens de Orgatec beurs, medio oktober 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 beper-

ken 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. Hierarchieën 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.

## 4 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 vermindert, 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 wegwijs 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. ■

# Vijf stappen voor betere speeches

Heeft u zich ook wel eens uitermate verveeld tijdens het bijwonen van een presentatie? Was het verhaal slaapverwekkend en dacht u al na vijf minuten dat u uw kostbare tijd (en misschien geld) veel beter had kunnen besteden? Dan geven we hier enkele tips die u na de voorstelling aan de presentator zou kunnen aanbieden.



Toegegeven, niet elk onderwerp is even interessant, en niet iedereen is een Steve Jobs die zijn publiek van begin tot eind wist te boeien. Of een Emile Ratelband die zijn publiek opzweept tijdens zijn motivatiesessies. Maar je kunt best een presentatie opstellen waarvan je met iets meer zekerheid kunt stellen dat je toehoorders in ieder geval wakker blijven. Daarbij kun je gebruik maken van de tips van F. Dean, gepubliceerd in zijn artikel *Five steps to speechwriting success* (Communication Directory, Newsletter voor Corporate Communication and Public Relations, januari 2012). We geven die tips hier in een enigszins aangepaste vorm.

## 1. Schrijf een speech die een bepaalde meerwaarde voor het publiek heeft.

Teveel schrijvers maken de fout door te communiceren wat zij willen zeggen in plaats van te focussen op wat het publiek wil horen. Natuurlijk komen de toehoorders naar je luisteren om iets te leren, niet om jouw ego te strelen. Ze willen wel je mening horen, maar die moet dan wel enige betekenis voor hen hebben, en een link met hun belevingswereld.

## 2. Vertrouw in een speech meer op emotie en minder op logica.

Vertel een verhaal, en geef geen opsomming van droge feiten en cijfers. Die kunnen weliswaar de basis voor je verhaal vormen, maar verpak die in een goed lopend verhaal. Zorg dat je toehoorders zich in dat verhaal kunnen plaatsen en laat ze zelf tot conclusies komen.

## 3. Geef de speech een duidelijk herkenbare structuur.

Een onsamenhangend verhaal brengt de luisteraar alleen maar in verwarring. Geef indien mogelijk eerst een kort overzicht van wat je gaat vertellen, dan weet de toehoorder wat hij kan verwachten en het maakt het gemakkelijker voor hem om te onthouden waar je presentatie over ging. Bekende structuren zijn: chronologisch, geografisch en opsommend. Geef die structuur weer op een flipover of powerpoint-dia.

## 4. Gebruik powerpoint alleen als ondersteuning voor de speech.

Slides moedigen passief luisteren aan en halen de aandacht weg van de spreker. Ge-

bruik ze om punten met voorbeelden (grafieken, illustraties, videoclips) te visualiseren, of om een opsomming weer te geven. Met andere woorden: laat powerpoint uw presentatie niet doden.

## 5. Gebruik geen groteske, protserige schrijfstijl.

Houd het taalgebruik:

- Simpel en helder
- Opwindend en fris
- Warm en persoonlijk.

Hoogdravend taalgebruik stoot af, te simpele termen zijn funest voor de waarde van de presentatie. Onderschat je publiek niet, maar overspoel de mensen ook niet met complexe (Engelse!) termen. Ga er ook niet van uit dat iedereen weet wat je met bepaalde afkortingen of vakjargon bedoelt. Maar bovenal: maak gebruik van humor om je presentatie luchtig te houden – zonder het thema te bagatelliseren of de bedoeling te versluieren. Dus: functioneel.

Uitermate belangrijk: oefen, en niet één keer, maar meerdere keren totdat je de speech bijna uit je hoofd kunt geven. Voor wat betreft de feitelijke presentatie van de speech, dat is een verhaal apart. ■

# ICT Spirit brengt nieuwe generatie Office 365 naar Nederlandse MKB markt

ICT Spirit kondigde onlangs aan dat zij de nieuwe generatie Office 365, Microsoft's meest complete Office cloud service tot nu toe, levert aan Nederlandse MKB bedrijven. Gecombineerd met een breed pakket dienstverlening van ICT Spirit is de nieuwe generatie Office 365 voor MKB bedrijven de kans om zonder zorgen de overstap naar de cloud te maken.

Sinds eind februari beheert ICT Spirit voor haar klanten ook het volledige facturatie- en betaalproces. Op die manier is het eenvoudig om Office 365 abonnementen te leveren compleet met dienstverlening, zoals helpdesk en ondersteuning op locatie. Bedrijven tot 250 werkplekken kunnen zo volledig zonder zorgen profiteren van cloud services. Alles onder één dak.

“We zien een toenemende vraag naar cloud technologie zoals Office 365”, aldus Tom Altena, directeur van ICT Spirit. “Ondernemers in het MKB hebben vandaag de dag behoefte aan de flexibiliteit en schaalbaarheid van cloud services. Tegelijk willen zij de complexiteit van ICT verlagen en dat alles in een eenvoudig ‘pay per use’ model, inclusief dienstverlening.”

“Microsoft heeft in het verleden bewezen dat zij partners helpt om succesvol te zijn”, zegt Kirk Gregersen, General Manager van de Microsoft Office Division. “De nieuwe Office 365 suite geeft partners ongekende mogelijkheden. Zij kunnen nu met vertrouwen de veel gevraagde oplossingen bieden die volledig door Microsoft geleverd en ondersteund worden.”

## Focus on your business

ICT Spirit heeft, naast traditionele ICT, Unified Communications en consultancy, een sterke focus op Cloud Services. Cloud Services is veel meer dan een licentiemodel alleen. Het samenvoegen van het aanbod van Microsoft met de maatwerk dienstverlening van ICT Spirit is voor klanten de uitgelezen mogelijkheid om vanaf nu volop te profiteren van cloud technologie.

## Office 365 is voor iedereen

Bedrijven in het Midden en Kleinbedrijf kunnen hun medewerkers altijd en overal laten werken en zo hun productiviteit een flinke boost geven. Medewerkers krijgen de rijke Office programma's die zij al-

Tom Altena, directeur ICT Spirit



tijd al gewend waren, te installeren op vijf verschillende apparaten en altijd up-to-date via een cloud service.

Daarnaast maakt het Office pakket nieuwe scenario's mogelijk: van online video vergaderen tot en met het maken van digitale aantekeningen en die altijd en overal beschikbaar zijn. Meer informatie is te vinden op [www.office365.nl](http://www.office365.nl). ■

ICT Spirit - Tolstraat 35 - 7482 DC Haaksbergen  
053-8527777 - [info@ictspirit](mailto:info@ictspirit)



**ICT SPIRIT**  
**Focus on your business**

# BUSINESS FLITSEN

## ACHTERHOEK ZET REGIOCONTRACT IN OP TOEKOMSTBESTENDIGE KERNEN

Het Algemeen Bestuur van Regio Achterhoek heeft gesproken over het voorstel aan de provincie Gelderland voor de tweede tranche van het Regiocontract. Gekozen is voor een samenhangend programma om de toekomstbestendigheid van een aantal kernen te vergroten.

Het Algemeen Bestuur zal de provincie voorstellen om samen te investeren in de kernen van Aalten, Neede en Groenlo. In gemeente Montferland wordt het project 'Kiemkracht' uitgevoerd met de bedoeling deze later uit te rollen in andere Achterhoekse kernen. Met de huidige voorstellen is

een totale investering van ruim vier miljoen euro gemoeid, waarvan aan de provincie een bijdrage van twee miljoen wordt gevraagd.

April 2012 zijn met de provincie afspraken gemaakt over de eerste tranche van het Regiocontract, wat in totaal een provinciale bijdrage van ruim elf miljoen euro inhield voor diverse projecten. Voor de tweede tranche is nu bewust gekozen de middelen in te zetten voor slechts één programma, namelijk toekomstbestendige kernen. Aalten, Neede en Groenlo kregen al middelen uit de eerste tranche. Indien de provincie het huidige verzoek honoreert, kunnen met het extra geld de projecten in die kernen grotendeels worden afgerond. Om de gehele Achterhoek in 2020 en daarna duurzaam vitaal, aantrekkelijk en gezond te houden is nog veel meer geld nodig, maar met het Regiocontract zet de Achterhoek nu al een stap in de goede richting.

## HACRON GROEN ONTVANGT VERKLARING VOOR DUURZAME VERWERKING GROENAFVAL

Hacron Groen wil verzekerd zijn van een duurzame verwerking van haar groen- en resthoutstromen. Hiervoor laat zij haar groenafval verwerken door Bruins & Kwast, Biomass Management, een professional in de groene keten met duurzaam denken en doen in de genen. Door deze aanpak geeft Hacron Groen invulling aan het milieubewust ondernemen.

Voldoende aanleiding voor de overhandiging van een CO2-reductie verklaring aan Peter Hagenaar, directeur bij Hacron Groen. Hierin staat onder meer vermeld, dat er een emissiereductie met een omvang van 339 ton in 2012 heeft plaatsgevonden. Dit is gemeten via de methode die is aangereikt door KEMA en die gehanteerd wordt door het Centraal Bureau van de Statistiek.



*Karel Jan Overbeeke van GiftHouse ontvangt een shirt van De Graafschap uit handen van Henk Bloemers, algemeen directeur van De Graafschap.*

## GIFTHOUSE SHIRTSPONSOR VAN DE GRAAFSCHAP

GiftHouse is sinds kort de trotse medeshirt-sponsor van betaald voetbalvereniging De Graafschap. De naam GiftHouse wordt op de achterzijde van het shirt, onder het rugnummer vermeld.

GiftHouse is al meer dan 13 jaar lid van de Business Club van De Graafschap en heeft besloten shirtsponsor te worden voor de rest van het seizoen om de naamsbekendheid in de regio en landelijk verder te vergroten. Het no nonsense imago van De Graafschap sluit naadloos aan bij het imago van GiftHouse.

Het bedrijf uit Lichtenvoorde is al bijna 40 jaar actief in de verkoop van relatiegeschenken en premiums. Sinds 2011 heeft GiftHouse ook een inkoopkantoor in Hong Kong onder de naam GiftHouse Asia Ltd.

# Met krimpende marketingbudgetten is gericht adverteren een must!

## Joep Schreurs, Reclame-adviesbureau JE/ES:

Deze stelling zou eigenlijk ook de boodschap aan onze klanten moeten zijn. Want wat kunt u van ons als reclameadviseurs anders verwachten? Media is een deel van onze omzet dus waarom zouden wij onze eigen ruiten inslaan? Maar zo werkt het niet. Omzet is niet het criterium om voor een klant resultaat te boeken. Werken aan een gezamenlijke doelstelling; dat wel. Juist in deze wat mindere tijd moet je selectief en innovatief te werk gaan. Soms alter-

natieven bieden. 'Gericht' blijft daarbij het toverwoord, zeker bij adverteren maar ook bij andere marktbenaderingen. Wat moet voorkomen worden. Dat bereik je alleen door nog gericht te werken. Creatief en onderscheidend doordringen in een krimpende markt. Daarom kunnen wij van JeEs Reclame-makers de stelling onderschrijven zolang het een bijdrage kan leveren voor een complete marktbenadering.



## Esther ter Voert en Femke Konijnenbelt, Logisz:

### Op goed geluk!

"We doen aan marketing! Wij sturen een boodschap zo breed mogelijk de wereld in en kiezen voor online marketing omdat dat 'in' is." Op goed geluk dus. Dwaasheid ten top. Tijd om de stelling te analyseren.

1. De staart van de stelling is zeker waar: gericht adverteren is een must. Maar niet alleen in tijden van recessie. Goed richten, mikken, bijsturen en schikken is in alle tijden een doorlopende zaak. Om te communiceren met je klant bepaal je altijd eerst je doelen en doelgroepen. En maak je gerichte keuzes zowel in boodschap, inhoud, ontwerp als mediamiddelen-mix én timing. Logisz!

2. De oplossing zit 'm in de kop. Kún je met minder marketingbudget hetzelfde of zelfs meer effect bereiken? Ons antwoord is ja! De vraag is hoe? Afwachten, duimendraaien en 'de hand op de gekrompen knip' is moordend. Lukraak communiceren ook. Heb je minder budget? Besteed dat dan zo gericht en effectief mogelijk:

#### - Focus op loyaliteit

Een gouden en 'onverborgene' schat ligt voorhanden bij bestaande klanten. Maak ze wakker als ze slapen of zet ze op scherp als hun blikveld begrensd is. Ken je bestaande klant en bevoordeel hun loyaliteit. Het is een bewezen aanpak.

#### - Focus op finetuning

In laagconjunctuur is het krimpende budget van de ondernemer inherent aan het krimpende budget van de klant. De klant dicteert de markt; wensen, eisen en mogelijkheden verschuiven. Speel daar als ondernemer op in. Kijk kritisch naar de huidige communicatie. Klopt deze nog of is finetuning van de boodschap of keuze van middelen onvermijdelijk?

Neem als voorbeeld de woningmarkt. Starters kunnen in deze tijd niet of nauwelijks een hypotheek afsluiten voor hun eerste woning. De Rabobank legt de focus in de communicatie over hun hypotheekaanbod nu op de mogelijkheid om als ouder garant te staan voor de hypotheek van het kind. Goed gericht! Ook hier geldt: ken je klant. Het is de sleutel tot succes in een krimpende markt.

Ook andere strategieën zijn geschikt om in een krimpende markt, met een klein budget gericht en effectief te communiceren. Weet u ons te vinden? Op goed geluk!

# 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.

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. Daar-

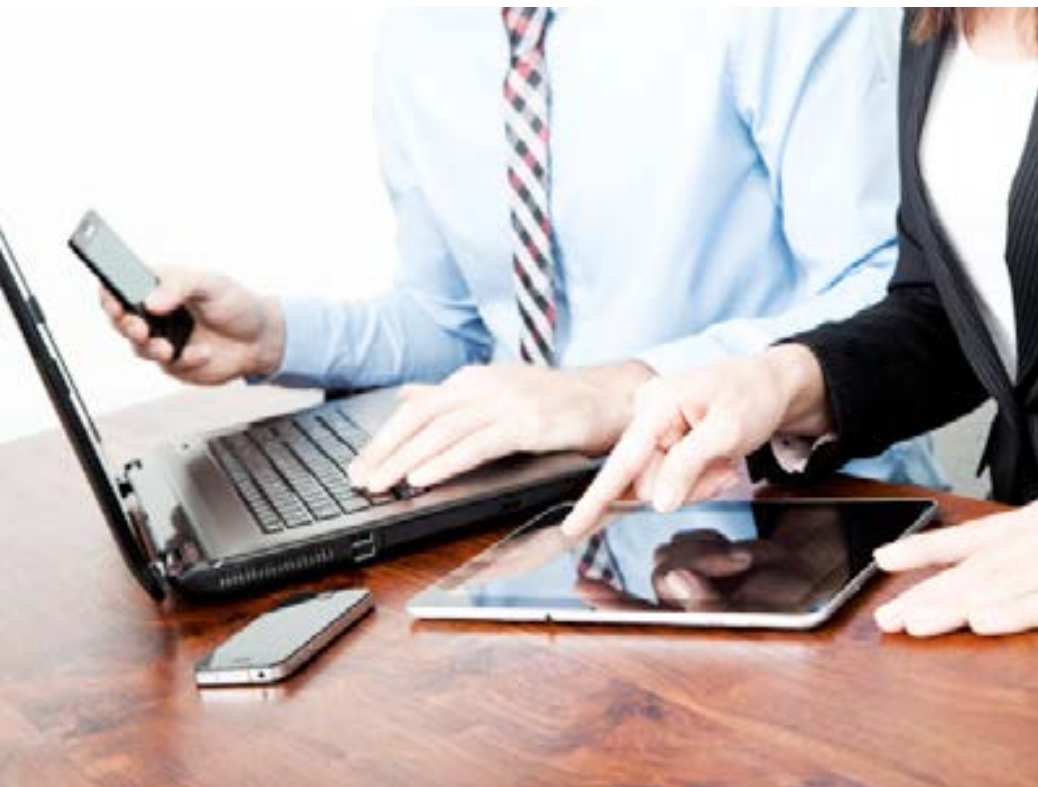
om adviseert MKB Servicedesk voor 2013 om toch echt meer te doen aan SEO.

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. Die bakt er met haar zoekdienst al acht jaar lang helemaal niets van. Personen vinden gaat re-

delijk, apps soms ook, maar publicaties worden nauwelijks weergegeven. 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 aan 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 'gehumaniseerd'. 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

# 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, 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 uw pauzes even de krant kunt lezen of de planten water kunt geven of een ommetje in de tuin kunt maken. ■

**Bron: Management Support**

## Oost-Gelderland Business introduceert BoB Oost-Gelderland

## '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 Oost-Gelderland bijvoorbeeld niet alleen op Doetinchem, maar op alle gemeenten van Montferland tot Berkelland. Kortom bijna alles wat binnen Oost-Gelderland 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 spijkerbroek. 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 wordt, 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?

“Heel eenvoudig, via de site [www.oostgelderlandbusiness.nl](http://www.oostgelderlandbusiness.nl) of door een mail te sturen naar mij via [danny@vanmunstermedia.nl](mailto:danny@vanmunstermedia.nl).”

# 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 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-Normandie) en bij het Ile 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](http://www.agentschapnl.nl) ;  
[www.mkb servicedesk.nl](http://www.mkb servicedesk.nl)

# 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](http://www.overopiban.nl) in te vullen om de impact van de migratie op het bedrijf te bepalen. ■

Bron: [www.overopiban.nl](http://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](http://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](http://www.overopiban.nl)

## Crisis? What crisis?

Wie ooit wel eens een presentatie van 'bedrijfsverloskundige' Guido Thys heeft mogen bijwonen, weet dat hij veel humor in zijn verhaal inbouwt, maar dat Thys toch wel een zeer goed inzicht heeft in de wereld van het bedrijfsleven. Dat inzicht deelt hij met zijn publiek via die presentaties, maar ook middels boeken. Zijn meest recente publicatie is weer een bewijs van zijn nuchtere en realistische kijk op wat de BV Nederland nu bezighoudt: de crisis. Thys analyseert de huidige situatie in 6 misvattingen (mythes) die hij ontkracht, maar daar blijft het niet bij: hij zet de lezer aan het werk met opdrachten. In het werkboek achterin het boekje biedt Thys handvatten om de crisis te lijf te gaan. Weg met de negatieve gedachtes! Lezen! Actie!

TITEL: DIT IS GEEN ECONOMISCHE CRISIS!

ONDERTITEL: 6 GEVAARLIJKE MYTHES DIE ONS IN DE CRISISGREEP HOUDEN EN WAT ER AAN TE DOEN

AUTEUR: GUIDO THYS

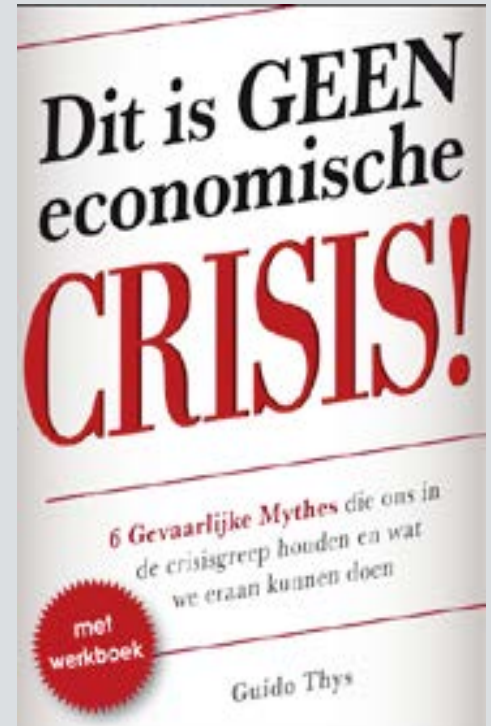
INHOUD: 140 PAGINA'S INCLUSIEF WERKBOEK

ISBN: 978-90-820282-0-1

PRIJS: € 16,51 (EX BTW)

UITGEVERIJ: DE DWARSDENKERIJ BV

CONTACT: WWW.GUIDOTHYS.NL



## Kort, bondig en effectief

Met dit boekje laat je onuitgevoerde en mislukte businessplannen voorgoed achter je en schrijf je een duidelijk plan dat wél werkt. De auteurs beschrijven hoe je met behulp van de OGSM-methodiek (Objective, Goals, Strategies, Measures) een plan op slechts 1 A4 schrijft. De methode verbindt ambitieuze doelstellingen aan concrete activiteiten en helpt je om goede plannen te maken en daar slim aan te werken. Wereldwijd werkten organisaties, zoals de NASA, Procter & Gamble, Coca-Cola en Business Openers, al met de OGSM-methodiek. Businessplan op 1 A4 is sinds verschijnen al flink opgeklommen in de Managementboek top 100, met vandaag een positie op #25. Het boekje en de methode zijn bewezen populair.

TITEL: BUSINESSPLAN OP 1 A4

AUTEURS: MARC VAN ECK, ELLEN LEENHOUTS EN JUDITH TIELEN

OMVANG: 144 PAGINA'S, PAPERBACK

ISBN: 978 90 430 28 134

PRIJS: € 9,95

UITGEVER: PEARSON BENELUX, WWW.PEARSON.NL





## Moderne communicatie

Trendwatcher Adjiedj Bakas schijnt vandaag de dag de meest toonaangevende futurist in Nederland te zijn. Hij is veelgevraagd als spreker, en publiceert regelmatig zijn ideeën over hoe we in de (nabije) toekomst gaan leven. Dit trendboek van Bakas' hand beschrijft de situatie van de maatschappij en het zakenleven op basis van het internet in al zijn aspecten. Het boekje is onderverdeeld in drie hoofdstukken: Informatisering van de samenleving, Informatisering van het bedrijfsleven en Informatisering en HRM. In elk van die hoofdstukken staan interviews met mensen uit de praktijk die vertellen welke functie en voordelen het internet voor hun organisatie heeft. Met uiteraard ook aandacht voor de toekomst met nog meer IT en internet

TITEL: HOE IT EN INTERNET ONS WERK VERANDEREN

AUTEUR: ADJIEDJ BAKAS

OMVANG: 104 PAGINA'S, GEBONDEN

ISBN: N.V.T.

PRIJS: GRATIS TE DOWNLOADEN VIA [WWW.ADECCO.NL/](http://WWW.ADECCO.NL/)

KENNISCENTRUM/WHITEPAPERS

UITGEVER: ADECCO GROUP NEDERLAND



## Voorbeelden modern werken

Dit leuke boekje gaat over de vragen die het management van een organisatie zou kunnen hebben bij het invoeren van het zogenoemde Het Nieuwe Werken. Of zoals het in het boekje wordt genoemd: Werken Nieuwe Stijl. Het spreekt bijna vanzelf dat het ook een interview bevat met Erik Veldhoen, de grondlegger in Nederland van HNW/WNS. Verder biedt het boekje een soort wetenschappelijk artikel met resultaten van onderzoeken, en een verslag van een rondetafelgesprek. Het meest aansprekend zijn echter de voorbeelden van organisaties die HNW/WNS hebben ingevoerd: hun ervaringen, werkwijzen, voordelen van de invoering ervan. Altijd leuk om bij organisaties naar binnen te kijken, en je steekt er nog wat van op ook!

TITEL: WERKEN NIEUWE STIJL

AUTEURS: ROB HARTGERS, PIERRE DE WINTER

OMVANG: 50 PAGINA'S, GEBONDEN

ISBN: N.V.T.

PRIJS: GRATIS VIA [WWW.MT.NL/WERKENNIEUWESTIJL](http://WWW.MT.NL/WERKENNIEUWESTIJL)

UITGEVER: BEREND JAN VELDKAMP



## Juwelier de Tijd:

# Waar ambacht en innovatie samenkomen

Juwelier de Tijd is een rasecht Achterhoekse familiebedrijf en al jaren het adres voor aankoop van juwelen, trouwringen en horloges. Toch is het geen 'standaard' bedrijf. Waar de meeste juweliers (zowel eenmanszaken als ketens) hun werk voornamelijk uitbesteden, heeft men bij Juwelier de Tijd de ambacht en kennis nog in huis.

De moeder van eigenaresse Karena Rothuis-Schutte is de zaak jaren geleden begonnen. Nu bestiert Rothuis-Schutte de winkels aan de Dr. Huber Noodtstraat in Doetinchem samen met haar zoon Joël. Hij heeft de afgelopen jaren belangrijke papieren gehaald binnen de juweliersbranche. Zo is Rothuis onder meer Diamond Grader H.R.D. en Europees Gemmoloog E.G.. De familie wil uitsluitend kwaliteit bieden. Rothuis: "Ik ben zelf gespecialiseerd in diamanten, edelstenen en uurwerken. Mijn moeder heeft weer ontzettend veel kennis van antieke sieraden en zilver. Eén van onze diensten is het opstellen van taxatierapporten voor verzekering, boedelscheiding, successie- en schenkingsrechten, erfenissen en verdelingen. Kennis van zaken is dan van essentieel belang."

## Ambachtelijk atelier

Naast het Taxatiebureau is er een atelier aanwezig waar een eigen collectie sieraden met de nieuwste technieken vervaardigd worden. Rothuis-Schutte: "Deze juwelen zijn stuk voor stuk kunstwerken, met allen een persoonlijke touch. Ook kan er een beroep op ons gedaan worden om een bestaand sieraad te repareren. Of te transformeren tot een nieuw eigentijds juweel. Doordat al deze werkzaamheden in eigen atelier worden uitgevoerd zijn zij meestal binnen twee werkdagen weer afgeleverd. Tenslotte behoort het repareren of reviseren van gerenommeerde horlogemerken ook tot de mogelijkheden."

## Achterhoekse nuchterheid

Vijf jaar geleden heeft de familie Rothuis de eerste Trouwringenshowroom van Gelderland geopend. Rothuis: "Wij werken graag op onze eigen manier. Omdat we de markt altijd goed in de gaten hebben gehouden, besloten we ons een aantal jaar geleden te specialiseren in trouwringen. Samen trouwringen uitzoeken is al een feest op zich, zeker in de romantisch aangeklede showroom." Aanstaaende echtparen kunnen keuze maken uit 1500 trouwringen.

Goudsmid en designer Elise vult aan: "Ook is het mogelijk om een unieke ring zelf samen te stellen. Wij schetsen de ring naar wens van de klant, en werken het verder uit op de computer. Zodat de klant een goed beeld



Het team van Juwelier de Tijd: Karena Rothuis-Schutte (linksvoor), Joël Rothuis (linksachter), Peet Rothuis (rechtsachter) en Elise ten Heuw (rechtsvoor)

krijgt hoe de ringen er uiteindelijk uit gaan zien. Kortom bij ons kunnen klanten met ieder budget slagen."

De Achterhoekse nuchterheid heerst dus bij de familie Rothuis. Er wordt niet moeilijk gedaan, men neemt de tijd voor de klanten. De liefde voor het vak straalt er vanaf. "De koffie staat altijd klaar voor de klanten", legt Rothuis-Schutte uit. "En wat echt belangrijk is: de klanten hebben een vast contactpersoon, waardoor er geen misverstanden ontstaan." ■

*De Tijd*  
JUWELIER | TROUWRINGEN SPECIALIST

  
TAXATIEBUREAU  
**De Tijd**

**Juwelier de Tijd**  
Dr. Huber Noodtstraat 34a  
7001 DX Doetinchem  
Tel. 0314-392066  
www.juwelierdetijd.nl

**Trouwringenshowroom de Tijd**  
Dr. Huber Noodtstraat 24  
7001 DX Doetinchem  
Tel. 0314-392066  
www.trouwringendoetinchem.nl

# Zichtbaar in uw regio

OOST-GELDERLAND  
**BUSINESS**

**BOB** Business Ontmoet Business



## Uw vakinformatie altijd binnen handbereik

### Vakinformatie 24 uur per dag

- 6 keer per jaar vakinformatie in het regionale zakenmagazine Oost-Gelderland Business
- 12 keer per jaar extra nieuws via de digitale nieuwsbrief
- Actueel nieuws en informatie op [www.oostgelderlandbusiness.nl](http://www.oostgelderlandbusiness.nl)

### Adverteren?

- All-in pakket: u ontvangt voor één prijs altijd een advertentie in Oost-Gelderland Business, gekoppeld aan een persbericht / bedrijfsprofiel op onze website
- Interesse? Stuur een email naar onze accountmanager: [aysun@vanmunstermedia.nl](mailto:aysun@vanmunstermedia.nl)

### Word nu ook lid van BusinessontmoetBusiness

BusinessontmoetBusiness 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 Oost-Gelderland Business
- Als BoB-lid kunt u kosteloos een bedrijfsprofiel aanmaken op onze website
- Tenminste vier keer per jaar een Business Borrel
- Welkomst drankje en buffet/walking diner zijn inbegrepen
- BoB leden worden voor alle evenementen van Oost-Gelderland Business uitgenodigd
- Inschrijving kan via de website of mail [danny@vanmunstermedia.nl](mailto:danny@vanmunstermedia.nl)

Een lidmaatschap kost per jaar 250 euro exclusief btw

**Oost-Gelderland Business: het best gelezen magazine!**

# STOP

**"you can go your own way!"**

Reduced risk



every business, every day  
get it right, get it done  
1-800-888-8888  
www.888.com

When you use  
genuine 888.com-  
managed ad spend  
to reach the new digital  
marketing landscape,  
it's not hypothetical.

