



Dit document wordt u aangeboden door:

VALLEI

BUSINESS

[Klik hier voor meer artikelen](#)

VALLEI

ZAKENMAGAZINE VOOR DE FOOD VALLEY REGIO | JAARGANG 26 | NUMMER 1 | MAART 2013

BUSINESS®



Coverstory:

PXL

All you need is brand love

Forum 'Kansen voor 2013'

MKB in discussie

BoB Vallei

"Bij ons draait het om echte contacten"

Nationaal

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



BUSINESS
NATIONAAL



Thema

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

WIE

MAAKT

HIER

IETS

MOOIS

VAN?

Afval wordt door de meeste mensen als ongewenst beschouwd. Als iets zonder waarde. Wij denken daar heel anders over. Want in het afval van vandaag groeit de kiem voor de producten van morgen.

Wij maken er zelfs graag iets moois van. Dat gaat niet vanzelf. Het begint met een gegeden kennis van grondstoffen en materialen. Vervolgens vangen wij alle afval zo vroeg mogelijk af. Dus kennen wij elke schakel van het ontwerp- en productieproces. Wij noemen dat een tweede huid die wij rondom het bedrijfsproces leggen. Op deze manier ontstaat er zo min mogelijk afval. Maar het afval dat wel overblijft wordt door ons gekoesterd. Want daar begint het tweede leven.

Zoals Coolrec laat zien door afval in prachtige metalen en kunststoffen om te zetten. En Maltha door er schitterend glaswerk van te maken. En het allerlaatste afval dat dan nog overblijft?

Dat wordt door AVR in zijn geheel gebruikt om er energie voor honderdduizenden huishoudens mee op te wekken. Steeds meer mensen ontdekken dan ook het credo van de Van Gansewinkel Groep. Afval bestaat niet. Wij maken er liever iets moois van.

VOORWOORD



Witte rook

Koningin Beatrix en paus Benedictus XI gingen mij voor met de aankondiging te stoppen. Ik wilde deze trend niet aan mij voorbij laten gaan en kon afgelopen maand mijn vertrek bij de uitgeverij aankondigen.

Bij Vallei Business hebben we besloten om er geen groot circus met rituelen en symboliek van te maken. We houden geen sobere plechtigheid met aansluitend een groots volksfeest in Amsterdam. We hadden wel een alleraardigst kapelletje in Vaticaanstad op het oog om een waardige opvolger te kiezen. Helaas bleek deze locatie op het laatste moment bezet te zijn.

Het conclaaf hebben we maar op de redactie gehouden, wel zo efficiënt en het scheelt weer in de reiskosten. De enige witte rook die er te zien was, kwam uit de longen van mijn opvolger tijdens de rookpauze.

Ik presenteer u; Lars van Bergen. Hij zal de hoofdredactie van Vallei Business van mij overnemen.

Persoonlijk kan ik terugkijken op een mooie en leerzame periode waarin ik veel contacten heb opgedaan in diverse branches. De Valleiregio heb ik leren kennen als een dynamische, innovatieve en economisch sterke regio. Ik ben in de drie jaren dat ik in de regio werkzaam was, erg betrokken geraakt bij alle ontwikkelingen. Op afstand zal ik de Valleiregio dan ook zeker blijven volgen.

Ik wil iedereen bedanken voor een fijne samenwerking en hopelijk snel weer tot ziens,

Eelco Nauta



Zakenmagazine voor
de regio Vallei
www.valleibusiness.nl

JAARGANG 26
maart 2013, editie 1

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

UITGEVER
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE
Eelco Nauta

EINDREDACTIE
Lars van Bergen

REDACTIE BIJDAGEN
Hans Hoof, Sofie Fest, Lars van Bergen,
Jessica Scheffer

VORMGEVING / OPMAAK
Joost Franken, Jan-Willem Bouwman

DRUK
Drukkerij Atlas b.v.

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
Van Munster Media B.V.
Joep van der Linden t: 024-642 3449
Kerkenbos 12-26C, 6546 BE Nijmegen
Tel. (024) 373 8505, Fax (024) 373 0933
info@vanmunstermedia.nl

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

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

Hoewel de informatie gepubliceerd in
deze uitgave zorgvuldig is uitgezocht
en waar mogelijk gecontroleerd, sluiten
de uitgever en de redactie uitdrukkelijk
iedere aansprakelijkheid uit voor 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

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

BUSINESS NATIONAAL

Landelijk katern van de
regionale zakenmagazines
Postbus 14101, 3508 SE Utrecht
T 030-2512818 E ub@wxs.nl
I www.business-nationaal.nl
EINDREDACTIE: Hans Hajée
REDACTIEMEDEWERKERS:
William ten Brink, Arie Craanen,
Paul de Gram, Cees Louwers,
Mart Rienstra, Tony Vos
ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
T 030-2512818 E ub@wxs.nl
VORMGEVING bpMedia + Design

- 6 Coverstory: PXL
- 12 Forum Kansen voor 2013: MKB in discussie
- 16 Hoe maak je van de crisis een kans?
- 18 BoB Vallei: "Bij ons draait het om echte contacten"
- 22 Profiel Attract Uitzendbureau
- 24 De 1e vhm I vallei rally
- 26 Profiel Rabobank

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 Van Veen Advocaten

Thema Foodvalley

- 30 Profiel Wageningen University & Research
- 32 Profiel Helicon Bedrijfsopleidingen - de Groene Campus
- 34 FoodValley Innovatievoucher

35 We care about your e-mail

38 MKB trends 2013

40 Profiel Van Essen

42 Profiel InfoSupport

44 Een nieuwe kantoorcultuur

Thema internationaal zakendoen

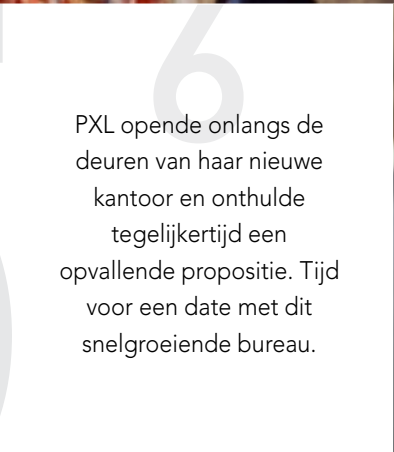
- 46 SEPA-proof? Voorkom verrassingen en kom nu in actie
- 47 vhm I accountants & belastingadviseurs helpt u met de juiste keuze
- 48 Zoek de grens eens op
- 50 Programma Starters International Business



12
"Het MKB moet voorzichtig blijven, maar verder kijken dan 2013."



Het risico van overprijsing ligt op de loer



PXL opende onlangs de deuren van haar nieuwe kantoor en onthulde tegelijkertijd een opvallende propositie. Tijd voor een date met dit snelgroeiende bureau.



18
"Persoonlijk contact is nog altijd het beste zakelijke contact."



24
De nieuwe manier van werken moet een verlengstuk zijn van de kenniseconomie



Hoog in de Google rangschikking komen, is ook in 2013 een belangrijke to do op het gebied van online marketing voor het MKB.



48
Diverse landen in Europa hebben te maken met een groeiende economie

All you need is brand love

FOTOGRAFIE FOTOSTUDIO7

PXL, bureau voor creatieve communicatie uit Veenendaal, opende op 1 maart 2013 officieel de deuren van haar nieuwe kantoor aan de Fokkerstraat 22c en onthulde tegelijkertijd de opvallende propositie 'a brandlove company'. Tijd voor een date met enkele medewerkers van dit snelgroeiende bureau.



Geurt Kok (links) en Louis Diepeveen



A brandlove company, dat klinkt alsof er meer zijn

“Klopt”, zegt Louis Diepeveen, oprichter en eigenaar van PXL. “Afgelopen jaar zijn we zelf verliefd geworden en hebben we stevige verkering gehad met TRUE Communications uit Apeldoorn. We hebben dezelfde ideeën over het communicatievak en vullen elkaar op meerdere vlakken goed aan. TRUE heeft bijvoorbeeld een prachtig netwerk in de oostelijke helft van het land en wij zijn online actiever, waar TRUE weer de vruchten van plukt. Sinds 1 januari vormen we officieel een eenheid en werken we vanuit twee vestigingen en met ruim dertig medewerkers samen aan strategie, concept, creatie en web. Waarbij we overigens wel allebei onze eigen naam houden. De verbinding zit

‘m in ons gezamenlijke credo ‘a brandlove company’.”

Wat heeft liefde met merken te maken?

“Bijna iedereen heeft wel een lievelingsmerk”, stelt copywriter Thea van Wijk. “Bij mij kan de HEMA bijvoorbeeld niet stuk, m’n Apple apparatuur is heilig en ik ben gek genoeg om een product van Rituals te kopen, voor het geld waarvoor ik er ergens anders minstens twee kan kopen. De liefde voor een merk kan heel ver gaan. Fans van Ikea hebben zelfs een game ontwikkeld. Ook is er een website waarop Ikea fans laten zien hoe ze Ikea producten gebruiken om hun eigen creaties te maken (www.ikeahackers.net). Wat je ziet is dat mensen zich graag met hun lievelingsmerk identificeren en daar een bepaalde status

aan ontlenu. Vaak gaat het om uitgesproken merken die mensen willen inspireren en ‘a way of life’ uitdragen. Want of je nou op je Ducati voorbij komt scheuren of op je Harley Davidson, dat geeft toch een ander imago.”

Waarom is brand love belangrijk?

“Het hebben van een merk is sowieso geen overbodige luxe. Mensen hebben weinig tijd en te veel keuzes. Bovendien moeten ze kiezen uit tal van producten met dezelfde kwaliteit en kenmerken. Een merk maakt dan verschil en geeft vertrouwen. Merken die erin slagen om de liefde van mensen te winnen, kunnen deze gevoelens maar beter koesteren. Ze leiden tot positieve mond-tot-mond reclame en merktrouw. De fans zijn bovendien bereid meer voor

BUSINESS FLITSEN

DINNISSEN PRESENTEERT EFFICIËNT EN ENERGIEZUINIG DROGEN

Dinnissen Process Technologie heeft een nieuwe functie ontwikkeld voor haar multifunctionele Pegasus Menger waarmee bulk solids efficiënt en uitermate energiezuinig kunnen worden gedroogd. De nieuwe functie is op 27 en 28 maart 2013 te zien tijdens de Empack in Den Bosch en Solids in Antwerpen. De innovatie biedt besparingen in productieruimte en de aanschaf van procesapparatuur. Poeders, korrels en granulaten krijgen tijdens het drogen in de Pegasus Menger geen kans om te klonteren of te beschadigen.



XANTION
ONTWERPEN | BOUWEN | BEHEREN

VOLLEDIG ICT-BEHEER

€1,95 PER WERKPLEK
PER DAG
INCL. SERVERS EN NETWERK

100%
ICT
NACHTRUST



GALILEILAAN 23 G
6716 BP EDE
MARCEL VAN BOHEEMEN
0318-69 70 97
INFO@XANTION.NL

XANTION.NL



Congrescentrum.com
DE WERELT
DENNENHEUL

Goed voor elkaar!
Wij ondernemen duurzaam en bewust, zonder concessies te doen aan kwaliteit en comfort. Met uw bijeenkomst bij *Congrescentrum.com* ondersteunt u vakanties van Stichting *Hetvakantiebureau.nl* voor ouderen en mensen met een functionele beperking. U vindt onze locaties in het midden van Nederland.

Duurzame ontmoetingen (0318) 48 46 41

"Nothing escapes his eagle eye..."

**ACCOUNTANTS
BELASTINGADVISEURS
ARBEIDSZAKEN**

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



Schuiteman
Accountants & Adviseurs



het merk te betalen en het te vergeven als er iets misgaat.”

“Ook online biedt het fenomeen brand love veel kansen”, vult internetstrateeg Bart Koppelaar aan. “Een merk kan daar de interactie aangaan en echte contactmomenten creëren. Dat moet natuurlijk wel nuttig, interessant en onderhoudend zijn. Relevant dus voor de doelgroep. Anders is het snel gedaan met de liefde.”

Hoe ontstaat brand love?

“Brand love moet je verdienen”, gaat Diepeveen verder. “Natuurlijk kun je daar wel op sturen. Belangrijk is dat je als merk jezelf bent en blijft. Vertel waar je in gelooft en wat je belangrijk vindt.

Wij werken het liefst aan én voor merken die rechtstreeks uit het hart van mensen komen en van daaruit andere mensen weten te raken. Dat doen we volgens een krachtige methodiek die snel resultaten oplevert. We beginnen met de brand scan, een inspirerende workshop die inzicht geeft in de identiteit, uitdagingen, ambitie en relevantie van het merk. De brand story geeft het merk betekenis vanuit een authentieke overtuiging en een unieke ‘look and feel’. Van daaruit werken we aan brand love. Echt contact maken met mensen en de vonk doen overslaan. Internet speelt hierbij een cruciale rol. Samen met onze klanten werken we aan een lange termijn merkbeleving in een mix van offline, online, social en mobile media.”

Waar gaat jullie hart sneller van kloppen?

Geurt Kok van TRUE Communications is daar uitgesproken over. “Wij zijn ervan overtuigd dat communicatie meer dan ooit gaat om oprechtheid. Om datgene wat je in je hart beweegt. Om doen wat je gelooft. Wij geloven in ware liefde tussen mensen en merken. En spelen met plezier het spel van verleiding. Met verhalen, dromen, kleur en vorm. Als held, grappenmaker of romanticus. Elk merk heeft z’n eigen gezicht, uitstraling en boodschap. Wij dagen je uit om er mee aan de slag te gaan. En wees vooral niet bang voor wat schoonheidsfoutjes, want ach... liefde maakt blind.” ■

TRAININGEN & OPLEIDINGEN

econtrol Voorzeker dat gevoelige informatie in verkeerde handen valt

esecure Eenvoudige en automatische beveiliging van e-mailberichten

eorganize Elk e-mailbericht automatisch in het juiste dossier

exedra *we scoren door voor u!*

Exedra BV | Vennedier 65-69 | 2005 PO Veenendaal | T: +31(0)3118 580 388 | care@exedra.nl | exedra.nl

Resultaten waar je **u** tegen zegt



www.cbt-trainingen.com

De kantoor specialist **totaalleverancier** voor het **complete** kantoor



• **Kantoorartikelen**

Facilitaire producten, toners, papier



• **Kantoor- en projectinrichting**

Zitmeubilair, werkplekken, opbergssystemen



• **Kantoorapparatuur**

Multifunctionals, kopieermachines, printers, scanners



• **Systeem- en netwerkbeheer**

Software, hardware, ICT service en support



De Smalle Zijde 22 • Veenendaal • T 0318-551122
info@kantoor specialist.nl • www.kantoor specialist.nl

Om ziekteverzuim, irritaties en conflicten op de werkvloer en een lagere arbeidsproductiviteit voor te zijn: empower uw werknemers! Na 39 jaren van studie, onderzoek en bewezen effectiviteit brengt de Demartini Methode uw werknemers de empowerment die zij nodig hebben om ook onder druk optimaal te presteren. Ze krijgen inzicht in hunzelf en hun omgeving, leren hierdoor meer te relativeren en minder vatbaar te zijn voor tegenslagen en conflicten. Met een hogere arbeidsproductiviteit en verminderd ziekteverzuim als gevolg. Een gevolg dat tijd bespaart en geld oplevert.

Romy Quint is eigenaar van **Quintessential Coaching**. Zij is gespecialiseerd in stress management en peak performance. In januari 2011 startte zij haar bedrijf in Nieuw Zeeland, maar is recent terug naar haar 'roots' in Lunteren verhuisd. "Ik raakte zo geïnspireerd door mijn werk, dat ik de uiterst doeltreffende methodiek graag met zoveel mogelijk mensen wil delen. Dit lukt beter in Nederland dan in het dunbevolkte Nieuw-Zeeland"

Neem voor meer informatie contact op via info@quintessentialcoaching.nl of kijk op www.quintessentialcoaching.nl



QUINTESSENTIAL
 coaching

In de komende periode starten er weer veel opleidingen. En dat is een bewijs dat het weer langzaam de goede kant op gaat. Want hoe meer het personeel (aanvullende) cursussen en opleidingen volgt, des te hoger het algemene niveau van uw bedrijf.

Training: Aanne- en ontslaggesprekken

Goede medewerkers bepalen het succes van de organisatie. Het aannemen van nieuw personeel, maar ook het afscheid nemen van ongeschikte medewerkers, is van groot belang voor de continuïteit van een bedrijf. Hoe bepaalt u welke kandidaat u zoekt en hoe beoordeelt u de geschiktheid van uw medewerkers. Als bedrijf krijgt u te maken met een vaste nieuwe instroom van medewerkers, en vanzelfsprekend met een vaste uitstroom, al dan niet gedwongen. Beiden kosten geld. Met de aangereikte handvatten leert u om aanname- en ontslaggesprekken met vertrouwen in te gaan en succesvol af te ronden, waardoor u geld en tijd kunt besparen.

Studieduur:

De training bestaat uit 1 dag van 9.30 tot 16.00 uur.

Trainingsdatum + locatie:

Woensdag 3 april 2013 te Utrecht

Training: Correctiegesprekken

Wanneer u merkt dat afspraken niet worden nagekomen, gaat u een correctiegesprek aan met de betreffende medewerker. Het doel van correctiegesprekken is om de medewerker weer in het spoor te krijgen van de doelstellingen en richtlijnen van het team en van de organisatie. In de meeste gevallen vindt de correctie plaats wanneer de medewerker 'over de grens is gegaan'. Maar wanneer is een overtreding daadwerkelijk een overtreding? Is er noodzaak tot correctie? Het toepassen van de juiste gesprekstechnieken op het juiste moment, kan ervoor zorgen dat uw medewerker uw reactie als opbouwende kritiek ervaart en na het gesprek de schouders eronder gaat zetten

Studieduur:

De training bestaat uit 1 dag van 9.30 tot 16.00 uur.

Trainingsdatum + locatie:

Woensdag 10 april 2013 te Utrecht

Lean Six Sigma

Een manager in een productieomgeving moet in staat zijn verandermanagement succesvol te kunnen doorvoeren. Hiervoor is kennis benodigd van verschillende Lean Six Sigma instrumenten, en vooral van de succesvolle implementatie hiervan. Deze module geeft praktische handvatten om procesoptimalisatie binnen productieomgevingen en magazijnen tot stand te brengen, vooral gericht op de hard skills van Lean Six Sigma. Na afloop van de opleiding is de deelnemer in staat Lean Six Sigma instrumenten te vertalen naar een praktische aanpak op de werkvloer.

Studieduur:

De dagtraining bestaat uit zes dagdelen van ca. 2,5 uur. De avondtraining bestaat uit negen bijeenkomsten van ca. 2,5 uur.

Trainingsdata + locatie:

Donderdag 4, 11 en 18 april 2013 te Utrecht

Training: Leidinggeven voor managers

Een manager in een productie/magazijnomgeving moet in staat zijn verandermanagement succesvol te kunnen doorvoeren. Hij heeft leidinggevende vaardigheden, alsmede inzicht in zijn eigen functioneren nodig om dit succesvol te kunnen implementeren. Deze module geeft praktische handvatten om procesoptimalisatie binnen productieomgevingen en magazijnen tot stand te brengen, vooral gericht op de soft skills van Lean Six Sigma.

Studieduur:

De dagtraining bestaat uit zes dagdelen

van ca. 2,5 uur. De avondtraining bestaat uit negen bijeenkomsten van ca. 2,5 uur.

Startdata + locatie:

Woensdag 6, 13 en 20 maart 2013 te Utrecht

Social media zakelijk inzetten: het begint met een plan!

In maart en april 2013 starten in de regio's Veenendaal en Utrecht nieuwe 3-delige workshops 'Succesvol starten met social media'.

Eline Walda is merkenbouwer en helpt MKB-bedrijven in de Valleiregio winstgevender worden door een consequente profilering en een optimale marketingmix. Ondernemers vragen haar regelmatig hoe ze social media succesvoller kunnen inzetten.

Ondersteuning

De 3-delige workshops zijn in hoge mate interactief. Er wordt veel in kleine groepjes gewerkt. Tussen sessies in, en tot twee weken na afronding van de training, kunnen de deelnemers rekenen op ondersteuning van de trainer. Bovendien kunnen zij met de trainer en hun medecursisten binnen een besloten forum van gedachten wisselen. Bij de workshops hoort een speciaal voor deze training ontwikkelde syllabus (circa 150 pagina's) vol tips en trucs, praktijkvoorbeelden en instructies. Een handig naslagwerk om in de praktijk op terug te grijpen!

Startdata en inschrijven

Regio Utrecht: donderdag 14 maart 2013
Regio Veenendaal: dinsdag 2 april 2013

Meer informatie is te vinden op www.elinewalda.nl. Hier kunnen deelnemers zich ook direct inschrijven.

MKB in discussie

Forumdiscussies vormen een vast onderdeel in Vallei 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 18 deelnemers bij Amrâth Hotel Maarsbergen plaatsnemen en steeds met een wisselende groep mensen over de stellingen discussiëren.



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. "Het MKB moet voorzichtig blijven, maar verder kijken dan 2013. Bedrijven zouden meer moeten nadenken over wie men is of wat men wil. Het gaat om keuzes maken en een focus leggen", aldus Arjan de Ruijter van Perspectief Groep BV. Ook volgens Romy Quint van Quintessential Coaching biedt 2013 zeker kansen maar "het is een jaar van pas op de plaats en van reflectie, daarna is vooruitblikken vanuit je kernwaarden belangrijk voor de toekomstige groei van de business." Marieke van de Broek van Rabobank Vallei en Rijn verwoordt het anders: "Fricatie biedt glans, wat wil zeggen dat ondernemers gedwongen worden om kritisch na te denken over de kansen die er zijn. Als je dat doet, en je staat open voor feedback van anderen, zorgt dat voor openingen."





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

Jan Veldhuizen van Van Huffelen&Meenink Accountants & Belastingadviseurs: "Helemaal mee eens, een ondernemer kan zich gewoon de arrogantie niet permitteren om zich niet op de klant te richten. Ondernemers moeten zich ervan bewust zijn dat ze zich kunnen onderscheiden door zich op de klant te richten." Ook Nika Stegeman van BDO is het met de stelling eens; "Allen met persoonlijk contact kan je toegevoegde waarde bieden, zeker in onze branche. Ik denk dat alle bedrijven goed moeten kijken naar manieren waarop je wel meer kan doen met digitalisering, maar wel het persoonlijk contact met de klant kunt houden." Henneke Schats van de Kamer van Koophandel Centraal Gelderland sluit zich hierbij aan: "Het flexibel inspelen op ontwikkelingen en de wensen van de klant is noodzaak. Je moet de klant overigens heel breed zien en niet alleen als consument. Ook bedrijven die samenwerken of een schil vormen rond een groter bedrijf, moet je als klant zien." Volgens Hans Groothengel van de ING spelen kosten en baten een rol als het gaat om persoonlijk contact. Digitale oplossingen en nieuwe manieren van klantbenadering zijn belangrijk, maar moeten wel effectief worden ingezet. "Er is veel behoefte aan persoonlijk contact, maar sommige zaken zijn standaard en kunnen via internet of callcentra worden opgelost. Het contact is er nog wel, het wordt alleen anders vormgegeven. Bedrijven moeten kijken hoe ze alle mogelijkheden slim in kunnen zetten om er het optimale uit te kunnen halen voor de klant en het bedrijf."



Met 18 deelnemers kon Vallei Business van een record spreken op vrijdag 8 februari. Na een kop koffie en een welkomstwoord van de uitgever, gingen de deelnemers aan tafel en werd er over vier verschillende stellingen gediscussieerd. Tussendoor wisselden de deelnemers van tafel zodat zij tijdens elke discussie bij nieuwe 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. Jos van Snippenberg van The Dantefactory vond

het een goede manier om te denken in oplossingen en niet in problemen. Maarten Hindriks van het gelijknamige architectenbureau vond het een goede formule, zeker omdat iedereen in kleinere groepen tot zijn recht kwam. Daar was Eline Walda van Eline Walda Strategisch Marketing Advies het ook mee eens; "Het is interessant om het ondernemerschap in 2013 vanuit verschillende invalshoeken en expertises te bespreken." Al met al mag Vallei Business terugkijken op een zeer geslaagde dag.





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 het rendement van een onderneming. "Het blijft een afweging en zoeken naar een balans tussen zakelijke en persoonlijke belangen. Het is als ondernemer zaak om vóóraf helder te zijn over de doelstellingen en verwachtingen", stelt André Noorlander van CTS IT. Lesley Lap van AIMIGO vindt sociale innovaties "de must voor nu en de toekomst. Het wordt steeds belangrijker om na te denken over flexibel inzetbaar personeel, employability en multidisciplinair werken. Denk als ondernemer aan een leeftijdsbewust personeelsbeleid." De nieuwe wetgeving die er op dit gebied aan zit te komen dwingt volgens Harm Spann van Work Support "ondernemers om innovatief te zijn door bijvoorbeeld de contractduur te verminderen en vaker tijdelijke contracten aan te bieden, dat scheelt kosten." Jacobine Kroon van A&S advocaten: "De definitie van sociale innovatie is lastig. De wetgeving moet flexibeler worden op dit gebied. Ondernemers zouden eerst een plan moeten maken en daar een persoon in passen."





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

Het gros van de aanwezigen is het met deze stelling absoluut niet eens. "Wij denken juist dat het averechts werkt en gaat uitpakken", stelt Leo van Hoeve van BMO intermedi-8 resoluut. Daar is Marcel van Boheemen van Xantion het ook mee eens: "De overheid helpt zelfs helemaal niet. Je moet als ondernemer zelf je maatregelen nemen." Toch worden er belangrijke stappen gezet en moeten ondernemers ook naar zichzelf kijken. Martijn de Jonge van USG People "De nieuwe wetgeving is niet de oorzaak van teveel regeldruk, maar wel het makkelijkste om over te klagen. Ik vind dat we daar eens mee op moeten houden, blijf als ondernemer niet in steeds hetzelfde hangen door te klagen over de overheid en de regels."



3-delige workshop
Succesvol starten met social media

Wil je je naamsbekendheid vergroten?
 Meer verkopen realiseren?
 Meer fans voor je merk kweken?
 Zet social media dan strategisch en planmatig in!

In deze 3-delige workshop ontwikkel je in 3 dagen een plan van aanpak voor de succesvolle inzet van social media voor jouw organisatie.

Meer informatie en inschrijven:
www.elinewalda.nl

eline walda
strategisch marketing advies

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 beleevingsaanbod 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 zoals 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

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?

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 noodeloos groot te maken of onredelijke omzeteisen te stellen aan onderne-

mers. 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. ■

3-delige workshop Succesvol starten met social media



Of je nu al wat ervaring hebt opgedaan met social media of nog niet; in deze 3-delige workshop leer je hoe je social media succesvol kunt inzetten. Om je naamsbekendheid te verbeteren, meer verkopen te realiseren, meer fans voor je merk te kweken of om de juiste sollicitanten binnen te halen.

Startdata:

- Regio Utrecht: donderdag 14 maart 2013
- Regio Veendaaal: dinsdag 2 april 2013

Meer informatie en inschrijven:
www.elinewalda.nl



Vallei Business introduceert BoB Vallei

'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 Vallei bijvoorbeeld niet alleen op Ede, maar op alle gemeenten van Rhenen tot Barneveld. Kortom bijna alles wat binnen Vallei 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.valleibusiness.nl of door een mail te sturen naar mij via danny@vanmunstermedia.nl.”



KLEIN WITTENOORD
VERGADEREN • KOOKSTUDIO • DINEREN

Kleinschalig • Rust • Ruimte

Wittenoordseweg 3
3927 CE Renswoude
T 0318-575325
E info@kleinwittenoord.nl
I www.kleinwittenoord.nl

Schimmel
RESTAURANT • BRASSERIE

Welkom bij Partycentrum Schimmel

Stationsweg Oost 243
3931 EP Woudenberg
T 033-2861213
F 033-2862426
E info@schimmel.nu
I www.schimmel.nu

restaurant CAMPMAN

- Ruim en sfeervol restaurant, bediend door de 'bekende keukens in Gelderland'.
- Volop parkeerruimte.
- Besloten gelegen bar, om vooraf of na afloop onder elkaar te zijn.
- Gezellige open haard-hoek, om de geur van de Veluwe op te snuiven.
- Drie apart gelegen zalen, om te vergaderen, te ontmoeten, te receptioneren, te feesten en ten toon te stellen.

Hartenseweg 23
6871 NB Renkum
T (0317) 31 22 21
F (0317) 31 74 33
info@restaurantcampman.nl
www.restaurantcampman.nl

RH ★★★★★

Hotel en Congrescentrum de ReeHorst
Hotel - Restaurant - Brasserie - Wijnbar - Vergaderen
Trainingen - Congressen - Events - Theater

Geschikt voor elke gelegenheid. Met o.m. 38 zalen en ruime, gezellige ontvangstfoyers. Elke bijeenkomst wordt gegarandeerd een beleving. Vol warmte, gezelligheid en altijd persoonlijk!

Bennekomseweg 24
6717 LM Ede
T 0318 750300 F 0318 750301
E info@reehorst.nl
I www.reehorst.nl

Toplocaties in de regio Vallei

5



**FEESTEN & PARTIJEN
CATERING
RESTAURANT**



**VOOR INLICHTINGEN
EN RESERVERINGEN:**

AMSTERDAMSEWEG 19
6712 GG EDE
TEL. 0318 61 03 13
BUIENZORG@BUIENZORG.NL
WWW.BUIENZORG.NL

*Anno straks,
met een vleugje toen*

6




*Restaurant de Hooghe Hof is schitterend
gelegen in het groene buitengebied van
Voorthuizen bij Barneveld en is vanuit
verschillende richtingen filevrij bereikbaar.*

Brugveenseweg 25
3781 PG Voorthuizen
Telefoon 0342 474244
E info@dehooghehof.nl
I www.dehooghehof.nl





7



Beekhuizenseweg 1
6891 CZ Rozendaal
026 3611597

The Hunting Lodge

*Puur, eerlijk
en vooral veel genieten'*



8



De Vendel
Vendelseweg 69
3905 LC Veenendaal
0318-525506
www.restaurantdevendel.nl



De Vendel biedt u een
overgetelijke, culinaire ervaring.

In onze monumentale en
authentieke boerderij, ontmoet de
sfeer van toen de smaak van nu.



9



Hof van Wageningen

*Hof van Wageningen is een gelegenheid
voor elke gelegenheid. Wij beschikken over
26 banquetzalen, ruim 200 hotelkamers,
een à la carte restaurant, diverse
ontvangstruimtes en een gezellige bar.*

Lawickse Allee 9
6701 AN Wageningen
T +31-(0)317-490133 • F +31-(0)317-426243
E info@hofvanwageningen.nl
I www.hofvanwageningen.nl

10

**Amrâth Hotel
Maarsbergen**

*Op zoek naar een locatie of hotel voor
overnachten of verblijven, vergaderen of
treffen, feesten of partijen in de omgeving van
Utrecht? Dit alles kan in het schitterende,
nieuwe vier-sterren Amrâth Hotel Maarsbergen*

Woudenbergseweg 44
3953 MH Maarsbergen
T +31 343 47 55 22
F +31 343 47 55 20
I www.hotelmaarsbergen.nl





Attract: meer dan een uitzendbureau

'We doen het niet voor de poen, maar voor de passie'

Op de gevel van het pand in Ede/Veenendaal staat Attract Uitzendbureau. Maar Attract is meer dan dat. Je zou kunnen zeggen dat Attract een matchmaker is voor werkzoekenden. Maar ook de werkwijze is anders dan bij conventionele uitzendbureaus. Lia Derksen-van Vreeswijk, vestigingsmanager in Ede/Veenendaal, en haar collega Saskia den Boer-Huisman vertellen vol passie over Attract, hun manier van werken én het speciale contact met hun klanten.

Attract uitzendbureau is onderdeel van de Attract Groep, opgericht in 1998 en inmiddels een belangrijke speler op de arbeidsmarkt. Vanuit zeven kantoren in Overijssel en Gelderland stemt Attract dagelijks vraag en aanbod op vacaturegebied op elkaar af. "Arbeidsbemiddeling is onze passie en dat doen wij vooral op een persoonlijke manier", vertelt Den Boer. "Wij geloven in het bouwen en onderhouden van relaties. Wij willen onze opdrachtgevers en de kandidaten écht kennen. Ons werk houdt dan ook niet op na het maken van de juiste match; we streven naar blijvende tevreden werkgevers en blijde kandidaten."

Om de speciale manier van werken te onderstrepen en het geen eenzijdig verhaal te laten worden, heeft Attract een klant uitgenodigd. René Broekman, directeur van Labor Internationaal, schuift tijdens het gesprek aan om vanuit zijn perspectief iets te vertellen over Attract.

Cultuurmakelaars

"De deur van ons kantoor staat altijd open, dus je stapt gemakkelijk naar binnen. Onder het genot van een verse kop koffie nemen we je CV door. Daarnaast zijn we ook benieuwd waar je interesses liggen en wat je wensen zijn. Het gebeurt dat we mensen in een heel ander veld kunnen plaatsen dan waar ze zelf in eer-



Hiep hiep hoera!

Op 15 april viert Attract haar derde lustrum. In de afgelopen 15 jaar is het uitzendbureau uitgegroeid tot een stabiele partner in zowel de regio van Ede als daarbuiten.

René Broekman, directeur van Labor Internationaal, is enthousiast over de samenwerking met Attract



Attract Uitzendbureau heeft vestigingen in Almelo, Apeldoorn, Ede, Enschede, Rijssen en Veenendaal. Het hoofdkantoor is ook in Ede.

Slunterweg 2a - 6712 BV Ede - 0318-672910
www.attract.nl - info@attract.nl

Het team van Attract in Ede en Veenendaal

ste instantie aan gedacht hadden. Door onze uitgebreide intake hebben we een band met onze uitzendkrachten en kunnen we opdrachtgevers snel en adequaat van flexibel personeel voorzien”, geeft Derksen aan. “Jongeren die vakantiewerk zoeken, kunnen zich altijd bij ons inschrijven. Attract werkt vanuit Ede en Veenendaal voor veel verschillende bedrijven waardoor er ook keuze is in het soort vakantiewerk.”

Broekman haakt hier direct op in. “Ik was onlangs ook op zoek naar personeel en kreeg via Attract een jongen die net z’n VWO-diploma had gehaald, maar nog niet precies wist wat hij wilde gaan studeren. Hij is bij ons in de binnendienst begonnen, straalde ambitie uit en vroeg na korte tijd wanneer hij ander werk kon doen. Ik heb hem het traject van bijna jaar (3 jaar binnendienst – 3 tot 5 jaar buitendienst – bij gebleken geschiktheid export) uitgelegd. Maar we zijn nu een acht maanden verder en hij werkt in de export! Ik verzorg ondertussen een com-

merciële opleiding voor hem en het zal niet lang duren voordat hij naar de buitendienst gaat. Dit geeft aan in welk opzicht Attract voor geschikt personeel zorgt. Het is, zeker bij mijn bedrijf, niet alleen een kwestie van competenties. Het gaat verder, iemand moet ook binnen een bepaalde bedrijfscultuur passen. En dat is ook een van de belangrijke facetten van Attract. Zij voelen aan of iemand wel of niet in een bedrijf past. Het zijn in feite ook cultuurmakelaars.”

Passioneel en brutaal

Is er een geheim achter de succesvolle formule waar Attract mee werkt? Derksen: “Er is geen geheim. Het is belangrijk om een stabiele basis te hebben, en die hebben we. Saskia en ik werken al drie jaar samen en we voelen elkaar perfect aan. We hanteren ook nagenoeg dezelfde werkwijze en we delen dezelfde passie voor het werk.” Den Boer stelt dat ze samen maar één doel hebben: een tevreden klant. “Daar doen we het uiteindelijk voor. Maar dat is een proces wat je niet

binnen een dag kunt realiseren. Je gaat een vertrouwensband aan met een bedrijf en die gaat soms heel diep. Je moet je, net als in een liefdesrelatie, open en kwetsbaar opstellen.”

Deze houding heeft Attract overigens zowel naar werkzoekenden als opdrachtgevers. Met beide partijen houdt het personeel van Attract uitgebreide gesprekken om te kijken wat voor een vlees ze in de kuip hebben. In het geval van werkzoekenden worden er prikkels afgegeven om te zien met wat voor een persoonlijkheid ze te maken hebben. Aan de bedrijfskant wordt er weer dieper in gegaan op de bedrijfscultuur. “Ik spreek uit ervaring als ik zeg dat ondernemers het prettig vinden als er een soort bedrijfsanalyse wordt gemaakt door Attract.

Uiteindelijk is het natuurlijk de bedoeling om de perfecte match te maken en ik heb daar positieve ervaringen mee. Als je als klant eenmaal gewend bent om met een unieke partij als Attract samen te werken, wil je geen ander meer!” ■

De 1^e vhm | vallei rally

Vhm | accountants & belastingadviseurs organiseert op 4 juli 2013 samen met Classic Events de vhm | vallei rally, de gezellige businessrally voor ondernemers! De rally is georganiseerd voor ondernemers, werkgevers en beslissers uit de vallei regio en is vooral bedoeld om het netwerken op een geheel andere wijze te benaderen. De rally staat open voor klassieke auto's, moderne sportwagens en overige bijzondere auto's.

Programma

09:00 uur	Ontvangst bij Vallei Auto Groep in Veenendaal Uitdelen routeboeken en rally bescheiden
10:00 uur	Welkomstwoord en Briefing
10:30 uur	Start equipe nummer 1
12:30 uur	Aankomst op de lunchlocatie
13:30 uur	Herstart vanaf de lunchlocatie
15:00 uur	Middagstop
16:30 uur	Finish eerste equipen op Kasteel Hoekelum Borrel met aansluitend het diner.
20:00 uur	Prijsuitreiking
20.30 uur	Einde rally

De dag begint met een ontvangst en de briefing bij de Vallei Auto Groep in Veenendaal. In de showroom worden de equipen welkom geheten met een kop koffie en aansluitend gebriefd. Na de start loopt de route door de Gelderse Vallei, met een tussenstop voor een uitgebreide lunch en diverse andere korte stops, voert de rally in de richting van Bennekom. De finish is op het prachtige kasteel Hoekelum waar onder het genot van een hapje en drankje de prijzen worden uitgereikt.

Trofeeën

Gestreden wordt er in de volgende categorieën:

- vhm | trofee: Klassieke automobielen
- AMD Trofee: Moderne automobielen

- Vallei Auto Groep Trofee: Beste Audi/Volkswagen
- Vallei Business Trofee: Meest bijzondere equipe

De rally

Door middel van het routeboek zullen de equipen een prachtige route rijden die hun de veelzijdigheid van de Gelderse Vallei laat zien. De route zal worden gemaakt in verschillende rallysystemen waarbij de moeilijkheidsgraad geschikt is voor zowel geoefende als beginnende rallyrijders. Gedurende de rally zullen de equipen diverse routecontroles tegenkomen in het routeboek. Welke equipe de juiste route weet te rijden en de meeste controles weet te vinden zal als winnaar gekroond worden.

Service

Om er zeker van te zijn dat iedereen een fantastische rally zal hebben zorgt de Vallei Auto Groep voor de eventuele technische assistentie tijdens de rally. Het service team staat de hele dag voor u paraat. Natuurlijk gaan we ervan uit dat uw droomauto in topconditie verkeert, maar we nemen liever het zekere voor het onzekere.

Inschrijven

Deelname aan de vhm | vallei rally is uitsluitend op basis van inschrijving en kent een limiet van 60 equipen. De deelnamekosten bedragen € 350,00 (excl. btw) per equipe van 2 personen. Inbegrepen zijn: Koffie tijdens ontvangst, lunch, drankjes tijdens diverse stops, diner met dranken, routeboek met uitgebreide deelnemerslijst, leuke give aways en natuurlijk 2 grote en 2 kleine rallyschilden.

Organisatie

De organisatie is in de vertrouwde handen van Classic Events, onder andere verantwoordelijk voor de Winter Trial en de organisator van het Concours d'élégance Paleis Het Loo.

[Inschrijfformulier is te downloaden via de site van \[www.valleirally.nl\]\(http://www.valleirally.nl\) – vhm | vallei rally 2013 of aanvragen via \[info@valleirally.nl\]\(mailto:info@valleirally.nl\)](#)





Ben Smeenk nieuwe directeur Bedrijven Rabobank Vallei en Rijn

“Diversiteit en potentie bedrijfsleven in Vallei en Rijn biedt volop kansen”

Sinds 1 januari is Ben Smeenk werkzaam bij Rabobank Vallei en Rijn in de functie van directeur Bedrijven. Als ervaren Rabo-bankier heeft Smeenk (53) zijn sporen verdiend in de zakelijke markt. Hiervoor was hij werkzaam als directeur Bedrijven bij Rabobank Graafschap-Midden. Zijn eerste indruk: “De overeenkomsten met mijn vorige Rabobank zijn groter dan de verschillen. Het werkgebied van Rabobank Vallei en Rijn is een prachtig divers gebied met volop mogelijkheden. Een regio om trots op te zijn”.

Directeur Bedrijven

De raad van commissarissen van Rabobank Vallei en Rijn benoemde Ben Smeenk tot nieuwe directeur Bedrijven. Smeenk is de opvolger van de voormalige directeur Bedrijven, Barry van de Lagemaat. Van de Lagemaat is in het directieteam nu directievoorzitter van de lokale Rabobank. Ben Smeenk heeft jarenlange ervaring opgebouwd in verschillende commerciële functies binnen de Rabobank-organisatie. Zowel binnen het particuliere als zakelijke domein. Via de lokale Rabobanken Over-Betuwe en Wehl kwam Ben in 2005 bij Rabobank Graafschap-Midden in Doetinchem te werken.

Verbindend ondernemen

Ben heeft veel met de zakelijke markt en met ondernemers. “Ik werk nu 33 jaar binnen de Rabobank-organisatie. Wat mij vooral aansprekt in mijn werk is het klantcontact. Het mooiste blijft toch om mensen te helpen bij het realiseren van hun ambities. Dat blijft een



Ben Smeenk nieuwe directeur Bedrijven Rabobank Vallei en Rijn

enorme kracht van onze coöperatieve bank. De ‘roots’ van Ben en de Rabobank liggen beide in de agrarische sector. Ben weet wat het is om de handen uit de mouwen te steken. “Ik groeide op in een gezin met acht kinderen op een agrarisch bedrijf in de Achterhoek. Met veel genoeg denk ik daaraan terug.” In de functie van directeur Bedrijven bij Rabobank Graafschap-Midden heeft Ben een brede scope gekregen en het bedrijfsleven in alle facetten meegemaakt.

Wat hem in de regio Vallei en Rijn aanspreekt is de diversiteit in sectoren en de mentaliteit van de ondernemers. “Kijkend naar deze regio en het gebied waar ik vandaan kom, zijn de overeenkomsten groter dan de verschillen. Wat me verder opvalt is dat je hier de bedrij-

vigheid ziet én voelt als je door de regio rijdt. Zeker als je met ondernemers in gesprek gaat. Hier heerst een nuchtere no-nonsense-mentaliteit en is er een uitstekend arbeidsmoraal. Goede voorwaarden om gezamenlijk de schouders er onder te zetten en tot mooie resultaten te komen.

Deze FoodValley-regio heeft enorm veel potentie om de komende jaren zich nog verder te ontwikkelen. Er vindt hier in het bijzonder innovatie plaats op het gebied van Food & Agri waar de Rabobank bij betrokken is. Ook daar wil ik met Rabobank Vallei en Rijn graag een bijdrage aan leveren. Juist door een verbindende schakel te zijn. Het is een gebied om trots op te zijn. Daarom kijk ik ernaar uit om in deze regio te gaan wonen!” ■

Een nieuw huurcontract voor winkelruimte, een aanwinst?



mr B.H.M. Karens

De Raad voor Onroerende Zaken (ROZ) heeft in oktober 2012 een nieuw model huurovereenkomst winkelruimte gepubliceerd. Ook zijn de algemene bepalingen op een aantal punten aangepast. De modellen van de ROZ worden vaak gebruikt bij het opstellen van een huurcontract. Is het nieuwe model nu een verbetering of niet? Voor de beantwoording van die vraag is bepalend of je er als huurder of als verhuurder naar kijkt. Feit is dat het model en de algemene bepalingen duidelijker maar ook huurdersvriendelijker zijn geworden.

Diverse aanpassingen

Een aantal veranderingen springt in het oog. Zo is meer de nadruk komen liggen op de mededelingsplicht van de verhuurder, waar het betreft de vraag of het gehuurde wel geschikt is voor het beoogde gebruik.

Ook zijn voor de huurder de mogelijkheden verruimd om veranderingen en toevoegingen aan te brengen.

Verhuurder en huurder dienen aan te geven of zij bekend zijn met de aanwezigheid van asbest in het gehuurde. Daaraan is toegevoegd dat de onbekendheid van verhuurder met asbest geen garantie inhoudt. Bij aanbrenge van veranderingen en toevoegingen dient de huurder steeds te onderzoeken of er sprake is van aanwezigheid van asbest.

Verder is voor de aansprakelijkheid van de verhuurder voor niet tijdige beschikbaarheid niet langer een ernstige tekortkoming vereist. Voldoende is dat de verhuurder zich niet inspannt om het gehuurde zo spoedig mogelijk op te leveren.

Een aantal bepalingen is evenwichtiger gemaakt door deze te laten gelden voor beide partijen. Zo heeft op basis van het nieuwe model ook de verhuurder de verplichting om de huurder tijdig te informeren over voorgenomen relevante wijzigingen in de organisatie.

Verder wordt in de algemene bepalingen meer ruimte gelaten voor redelijkheid en billijkheid, bijvoorbeeld waar het be-

treft de termijn voor herstel van gebreken door de verhuurder. Ook is de exoneratieclausule voor de verhuurder beperkter dan in het vorige model.

Duidelijkheid is er ook ten aanzien van de in de algemene bepalingen opgenomen boetes. De boeterente bij te late betaling is verlaagd van 2% naar 1% per maand (met een minimum van € 300,=) en een boete wordt niet verbeurd als de huurder een gemotiveerde vordering bij de verhuurder heeft ingediend en de verhuurder daarop niet binnen vier weken inhoudelijk heeft gereageerd.

Ten slotte

De ROZ geeft aan dat het nieuwe model sterk is vernieuwd. Dat lijkt mij wat overdreven. Feit is wel dat het nieuwe model en de nieuwe algemene bepalingen evenwichtiger zijn en meer dan voorheen de balans zoeken tussen de belangen van beide partijen. In sommige situaties kan echter juist beter het 'oude model' worden gehanteerd. De praktijk zal moeten uitwijzen wie van de partijen uiteindelijk beter af is met het nieuwe model. ■

De heer mr B.H.M. Karens
Van Veen Advocaten - Keesomstraat 7
6717 AH Ede, Tel. 0318 – 68 78 17
Fax. 0318 – 68 78 12
E-mail: b.karens@vanveen.com

ZAKENAUTOTESTDAG: TESTRIJDERS GEZOCHT



OPROEP AAN U ALS TROUWE LEZER

Meerdere keren per jaar treft u in Vallei Business de zakenautotestdag aan; een spetterend evenement waarbij we de laatste modellen aan een kritische test onderwerpen. 16 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 regio Vallei? Meld u dan nu aan voor onze autotestdag op 16 april.

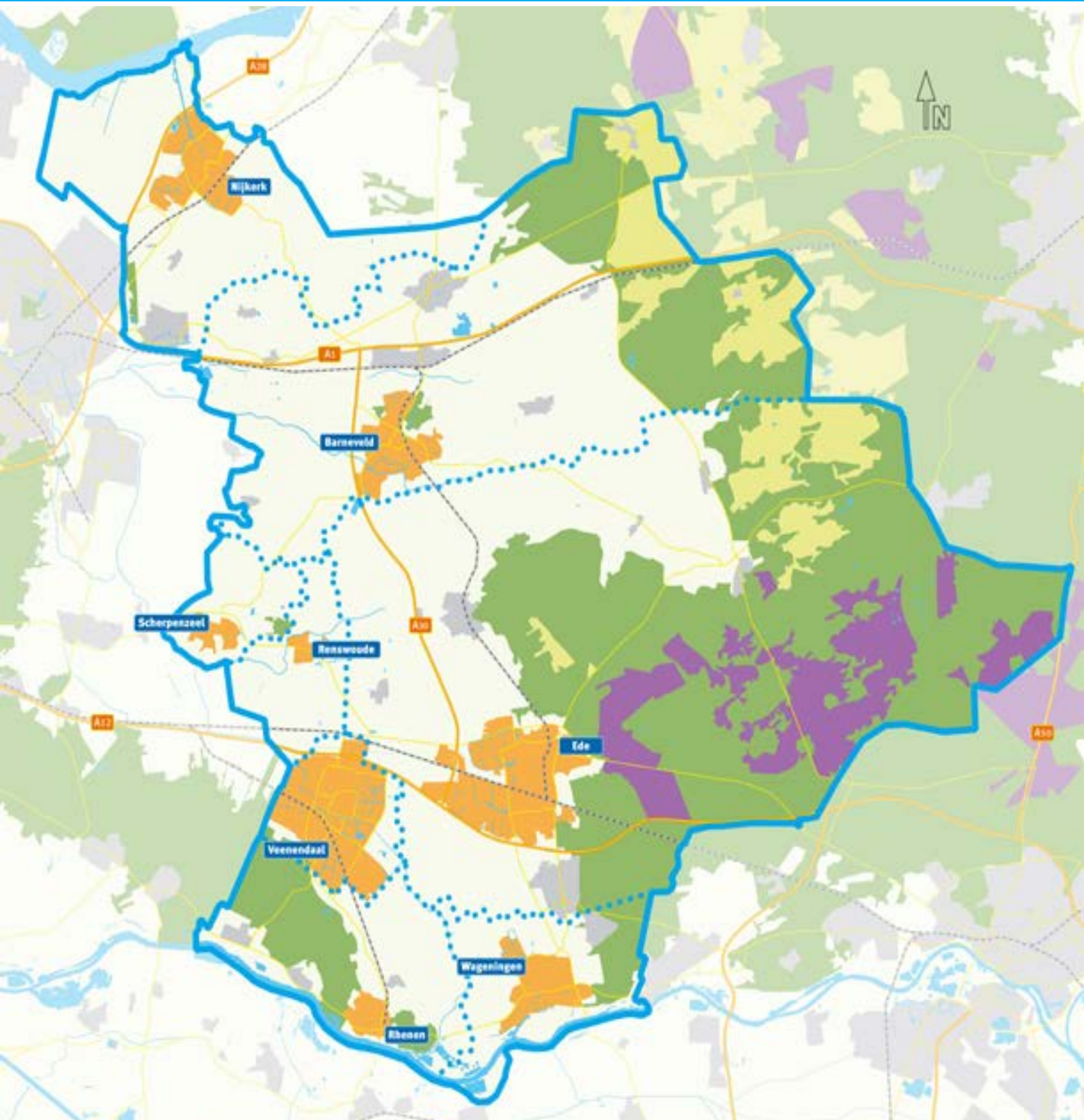
Surf naar www.valleibusiness.nl/bijeenkomsten en laat uw gegevens achter. Uiteraard is deelname geheel gratis en vrijblijvend. We selecteren onze testrijders op basis van aanmelding, dus wees er snel bij.

Tot ziens op de zakenautotestdag





FOOD VALLEY



Wageningen UR

Kloppend kennishart binnen FoodValley

Nederland behoort tot de top in de agrifoodwereld. In totaal genereert de sector €48 miljard aan toegevoegde waarde en is goed voor bijna 10 procent van de Nederlandse economie en werkgelegenheid. Met Wageningen UR (University & Research centre) als kloppend hart van kennis, research en innovatie staat FoodValley internationaal op de kaart als toonaangevend kennis- en innovatiecluster. 'We staan nog maar aan het begin!'

Wageningen University is de enige universiteit in Nederland die zich specifiek richt op de thema's gezonde voeding en leefomgeving en maakt deel uit van Wageningen UR (University & Research centre).

Wageningen UR bundelt een groot deel van haar onderzoek en onderwijs fysiek op één locatie, de Wageningen Campus. Een fascinerende plek waar studenten, docenten, onderzoekers en mensen uit het bedrijfsleven elkaar kunnen ontmoeten en ideeën kunnen uitwisselen.

Vestigingsklimaat

De grote concentratie van wetenschap, opleidingen en topinstellingen op de campus trekken volgens Simon Vink, woordvoerder van de Raad van Bestuur van Wageningen UR, steeds meer bedrijven en instellingen aan die willen profiteren van het gunstige innovatieve vestigingsklimaat. "Zo is tegenover de campus het Nederlands Instituut voor Ecologie (NIOO-KNAW) gevestigd. Binnenkort opent FrieslandCampina bovendien een Research & Development Centre op ons terrein. Het nieuwe gebouw zal





ruimte bieden aan ongeveer vierhonderd medewerkers van FrieslandCampina. Daarnaast zal STOAS Hogeschool, gespecialiseerd in het opleiden van studenten tot docenten voor het groene onderwijs, dit jaar nog haar deuren openen op ons terrein.”

CAT-AgroFood

Kennisuitwisseling tussen de onderzoekers en studenten van Wageningen UR, het bedrijfsleven en instellingen, staat dan ook centraal binnen Wageningen UR. Een goed voorbeeld hiervan is het Centrum voor Geavanceerde Technologie in de Agro & Food sector (CAT-AgroFood), dat in Wageningen staat. Het centrum is onderdeel van Wageningen UR en stelt geavanceerde onderzoeksapparatuur beschikbaar aan onderzoeksgroepen binnen Wageningen UR, bedrijven en instellingen. “Met het uitwisselen van apparatuur kunnen snelle ontwikkelingen in analyseapparatuur beter bijgehouden worden”, vertelt Vink. “Ook bespaart het meervoudige gebruik extra kosten.”

Synergie

Vink benadrukt het belang van samenwerking met het bedrijfsleven, maar onderstreept ook de meerwaarde van synergie tussen de verschillende niveaus van onderwijs. “Academisch onderwijs in Wageningen wordt aangevuld door het beroepsonderwijs in Ede, doordat wij ook samenwerken met RijnIJsselvakschool. Zo organiseerden wij samen een cursus moleculair koken. Wij konden hierbij de kennis met betrekking tot moleculaire processen overbrengen op de MBO-leerlingen, terwijl RijnIJssel voor de chef-koks zorgde. In de toekomst willen wij ook gaan samenwerken met de mbo-opleidingen van A12. MBO'ers snappen de taal van het MKB beter en zijn goed in de wat kortere projecten, terwijl wij juist beter zijn in de langere projecten.”

World Food Center

Kennisoverdracht is ook één van de pijlers van het World Food Center, dat over een aantal jaar in Ede gevestigd zal zijn. “Je kunt hierbij denken aan eenzelfde soort opzet als Corpus in Leiden”, licht hij toe. “Een soort experience center en ontmoetings-

Facts & Figures Wageningen UR

- Totaal aantal studenten: 7.933
- Aantal bacheloropleidingen: 19
- Aantal masteropleidingen: 28
- Alumni: Er zijn in totaal 37.142 afgestudeerden van Wageningen University, waarvan 31.177 Nederlands en 5.965 niet-Nederlands.
- Van de Nederlandse afgestudeerden is 39% vrouw en van de niet-Nederlandse afgestudeerden 45%.
- 8% van de Nederlandse afgestudeerden en 66% van de niet-Nederlandse afgestudeerden woont en/of werkt in het buitenland.
- Herkomst studenten: 7.933 studenten aan Wageningen University komen uit 106 landen. De belangrijkste herkomstlanden van de buitenlandse studenten zijn China, Duitsland, Griekenland en Ethiopië.

plek voor kennisinstellingen, het bedrijfsleven, overheden en consumenten met als doel kennis over voeding, gezondheid en duurzaamheid te verspreiden.”

Dat Ede geselecteerd is als vestigingsplaats voor het World Food Center, is volgens Vink een erkenning van de kracht van de FoodValley regio. “Dat Ede verkozen wordt boven een stad als Rotterdam, zegt toch wel wat over de bundeling van krachten in deze regio. Ede is een heel belangrijke partner voor ons.”

Grensoverschrijdend

Volgens hem zou de FoodValley regio zich in de toekomst kunnen ontwikkelen tot een grensoverschrijdend agrofoodcentrum. “De ontwikkelingen gaan razendsnel. Kijk naar onze campus. In 2007 hadden we 4400 studenten en inmiddels tellen we er 8000. Dit aantal groeit nog steeds. Bovendien leren de gemeenten binnen FoodValley elkaar steeds beter kennen. Als Wageningen UR werken we ook steeds meer samen met de verschillende gemeenten. Zo liggen er kansen bij Veenendaal, omdat deze gemeente gespecialiseerd is in Food IT. Ook een gemeente als Barneveld, dat bekend staat om het pluimvee, is voor ons heel interessant. We staan nog maar aan het begin!” ■

Food & Fresh Lab:

Leren in de praktijk

Voedsel kopen, bereiden en eten. We doen het elke dag. Maar hoe zit het met de wereld achter al dat voedsel? Frans Demartea, programmamanager Helicon Bedrijfsopleidingen, en Geert van den Heuvel, teamleider Bedrijfsopleidingen en Innovatie bij de Groene Campus, vertellen uitgebreid en gepassioneerd over de mogelijkheden op de Groene Campus.

Helicon Bedrijfsopleidingen verzorgt opleidingen op maat voor diverse foodbedrijven in Nederland. De opleidingen zijn altijd in company. In de meeste gevallen worden de operators binnen de bedrijven door Helicon opgeleid of bijgeschoold. De foodsector is van oudsher sterk vertegenwoordigd in het zuiden van Nederland en kent een goede internationale concurrentiepositie. Om deze

positie te behouden en verder uit te bouwen heeft het regionale foodbedrijfsleven in Zuid-Nederland in 2006 Food Connection Point (FCP) opgericht. Sinds die tijd heeft FCP zich ontpopt als een netwerkorganisatie waarbij de samenwerking tussen de foodondernemers, de overheid en het onderwijs centraal staat om zo de economische positie te versterken.

Het mes snijdt aan twee kanten bij het Food & Fresh Lab. Terwijl cursisten en medewerkers praktijkgericht leren, kunnen foodbedrijven naar hartelust testen en experimenteren. Dit geeft bedrijven de mogelijkheid om nieuwe ideeën en oplossingen te testen met het oog op het vergroten van de efficiency en het verbeteren van kwaliteit.

Food & Fresh Lab

Food Connection Point houdt kantoor op de Groene Campus van Helicon in Helmond en vertegenwoordigt ongeveer 80 bedrijven. “Dat zijn voornamelijk regionale bedrijven”, vertelt Van den Heuvel. “Van groot, een Bavaria in Lieshout, tot klein, een Sauce Company in Deurne. Die bedrijven hebben een plek in het gebouw, waardoor de lijntjes heel kort zijn. Het Food & Fresh Lab is voor een deel bekostigd door de provincie Noord-Brabant en de gemeente Helmond, vanwege het feit dat zij beiden het belang van de economische drive van het lab zien. En samen met bedrijven zorgen wij voor een aanzienlijk percentage in de werkvoorziening. Helmond heeft zich ook voorgenoemen om food capital te worden. En met alle bedrijvigheid rond food hier in de regio krijgt dat ook wat elan.”

Voor de regionale bedrijven is het een groot voordeel dat het Food & Fresh Lab is opgezet. Volgens de Groene Campus is er op termijn een gigantische behoefte aan de operator die voor een deel ook technisch onderlegd is. Gedurende een opleiding wordt er wel theorie behandeld, maar het praktische aspect heeft de overhand. Van den Heuvel: “In het Food &





Geert van den Heuvel (links) en Frans Demarteau

Fresh Lab kunnen leerlingen of cursisten van alles uitproberen in een lijnproductie. In een grote fabriek is hier écht geen moment tijd voor.”

Concept

Toeleveranciers hebben over het algemeen twee vragen. Enerzijds over aanvoer van nieuw personeel en anderzijds (bij)scholing van huidig personeel. Een van de missies van de Groene Campus is om vraaggestuurde cursussen op te zetten. Demarteau: “Het concept is simpel. Je hebt toeleveranciers van apparatuur richting de foodbedrijven. Om de 10 weken wordt de productielijn in het Food & Fresh Lab ‘vernieuwd’ en dan staat daar splinternieuwe apparatuur. Het mooie is

dat de cursisten in het Lab kunnen experimenteren met de productielijnen, dat kan in een fabriek niet. En wij stimuleren het praktische gedeelte. Theorie kan in onze ogen vooraf geleerd worden. Per deelnemer wordt er in een digitale leeromgeving een programma samengesteld. Samen met een vakdeskundige coach doorloopt een cursist dan een bepaald traject. Eerst de theorie, dan de praktijk in het Food & Fresh Lab. Als laatste krijgt de cursist een afsluitende opdracht mee die in de eigen werkomgeving gedaan moet worden.”

Leerarrangementen

Het curriculum van de foodopleiding is opgebouwd uit een aantal leerarrangementen. Van den Heuvel: “Een van de be-

langrijkste arrangementen is het optimaliseren van het procesrendement. Voor fabrikanten klinkt dat natuurlijk als muziek in de oren, daarom vinden wij het nodig om dat als eerste mee te nemen in de cursus. En als je het dan hebt over het optimaliseren van het procesrendement moet je het proces ook in handen willen hebben. Dat begint bij de techniek, maar minstens zo belangrijk is de goede modus van de werknemer. En uiteindelijk doel is om het niveau van zowel de werknemers als het bedrijf omhoog te tillen.” ■

De Groene Campus- Food & Fresh Lab
Scheepsboulevard 1 - 5705 KZ Helmond
0492-523983 - info@degroenecampus.nl
www.degroenecampus.nl

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 gerelateerde 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 hiervoor 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.

Gelderse MKB'ers kunnen een zogenaamde voucher van maximaal 10.000 euro aanvragen bij Food Valley en investeren zelf minimaal vijftig procent 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 en de voorwaarden: www.foodvalley.nl.



We care about your e-mail

Exedra biedt slimme oplossingen zodat u maximale grip krijgt op het e-mailverkeer binnen uw organisatie. Uitgangspunt is dat bedrijfsinformatie in e-mail automatisch afgehandeld wordt en centraal toegankelijk is voor uw organisatie.

E-mail Control: voorkom dat gevoelige informatie in verkeerde handen valt. Is dé oplossing om reputatieschade te voorkomen; uw e-mailverkeer wordt automatisch, snel, gemakkelijk en veilig gecontroleerd, reke-

ning houdend met geldende interne regels en afspraken. De juiste informatie komt zo gegarandeerd bij de juiste persoon.

E-mail Secure: eenvoudig en automatisch beveiligen van e-mailberichten. Is dé oplossing om veilig te e-mailen; u versleutelt uw e-mail praktisch en beheersbaar zonder actie van de gebruiker. Alleen de juiste ontvanger krijgt probleemloos en snel toegang tot uw vertrouwelijke informatie.

E-mail Organize: elk e-mailbericht automatisch in het juiste dossier. Is dé oplossing om tijd te besparen en de kwaliteit te verhogen; u borgt automatisch al uw in- en uitgaande e-

mail conform de wet- en regelgeving en laat niets verloren gaan. De informatie is direct beschikbaar voor alle betrokkenen. Met de unieke 'e-mail care solutions' van Exedra is uw e-mailverkeer gecontroleerd, veilig en georganiseerd. Exedra zorgt voor zorgeloos en efficiënt e-mailverkeer, zonder dat het u moeite kost. U kunt zich richten op de inhoud van úw werk.

Exedra werkt voor (middel)grote organisatie binnen diverse branches: advocatuur, MKB, accountants, banken, overheid, automotive. ■

Exedra - Vendelier 65-69
3905 PD Veenendaal - 0318-580388
www.exedra.nl - care@exedra.nl



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

U de lusten, wij de lasten

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

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

Ondernemen inspireert.

FLYNTH

Vallei Business

Financieel Advies



Rabobank Vallei en Rijn
Galvanistraat 2
6716AE Ede
0318 66 06 60
0318 66 06 66
info@vr.rabobank.nl
www.rabobank.nl

Bedrijfshuisvesting/onderhoud



DTZ Zadelhoff
Meander 601
6825 ME Arnhem
026 4 452 445
026 3 513 909
arnhem@dtz.nl
www.dtz.nl

atd accountants
belastingadviseurs

**ATD Accountants en
Belastingadviseurs**
is al ruim dertig jaar een
landelijk werkend
accountants - en
belastingadvieskantoor
met vestigingen in
Breda en Bennekom

Postbus 282 • 6710 BG Ede
0318-478100 • eli@atd-accountants.nl

www.atd-accountants.nl

Reclame

Verbeek
Reclame

Verbeek Reclame
Groot Overeem 9-12
3927 GH Renswoude

Tel. 0318-830252
info@verbeekreclame.nl
www.verbeekreclame.nl

Specialist in belettering.

DeMaes
cateringservice

Totale verzorging van uw feest,
party, evenement of kerstdiner.
Ook voor uw hapjes, buffetten,
salades en lunches.

Buffetsoos
Ontbijten
Lunchen
Dinert
Bijzondere arrangementen
Overveerkrachtig
Hapjes voor bij de borrel
Amuse-bouche herengat
Overdekkende ijzer

Buffetten
Uitgebreide diners
Kerken bij u thuis of op het terrein
Bijzondere arrangementen
Buffetsoos
Alle benodigde materialen op het
gebied van cateringdiensten
Bedrijfsreclame en diensten
Belettering

DeMaes GrandCafe GrandCafe GrandCafe GrandCafe GrandCafe
0318 - 55 53 76 info@demasgastvrij.nl www.demasgastvrij.nl



Service Rubriek

Office

Magnolia Opleidingen

Maatwerk in trainingen

Microsoft Word, Excel,
Outlook, PowerPoint
beginners en gevorderden

Tel. 0318-612788
www.magnolia-opleidingen.nl
info@magnolia-opleidingen.nl



Diversen



DB SCHENKER

Galvanistraat 71
6716 AE Ede
T 0318 69 68 00
F 0318 69 68 88
E multimodaal.nl@dbschenker.com
W www.dbschenker.com/nl

LANSING_IT
Als u op computers
vertrouwt,
vertrouwt u op ons

Microsoft Small Business Specialist | FUJITSU PARTNER | 3CX PARTNER

Postbus 375
6710 BJ Ede
Galvanistraat 1
6716 AE Ede
T. (0318) 64 25 87
F. (0318) 64 00 58
www.lansingit.nl
info@lansingit.nl

Juristen



Van Veen Advocaten

Keesomstraat 9
6717 AH Ede
0318-687878
0318-687868
ede@vanveen.com
www.vanveen.com

Locaties



Hotel en Congressentrum
de ReeHorst
Bennekomseweg 24
6717 LM Ede
T 0318 750300
F 0318 750301
E info@reehorst.nl
I www.reehorst.nl



Hof van Wageningen
Hotel en Congressentrum
Lawickse Allee 9
6701 AN Wageningen
T +31-(0)317-490133
F +31-(0)317-426243
E info@hofvanwageningen.nl
W www.hofvanwageningen.nl



Residence Rhenen

Veenendaalsestraatweg 50
3921 EC Elst/Rhenen
T 0318 542888
F 0318 540272
E info@residencerhenen.nl



Tanteloes

Veerplein 1
3911 TN Rhenen
T 0317-616161
E info@tanteloes.com
I www.tanteloes.com

Autodealers



Saab Centre Gol

Galileistraat 28
3902 HR Veenendaal
0318 556999
0318 556969
info@saabcentregol.nl
www.saabcentregol.nl



Ekris Veenendaal B.V.

Plesmanstraat 45
3905 KZ Veenendaal
0318 546546
0318 525653
info@ekris.nl
www.ekris.nl



Van Hunnik Veenendaal

Newtonstraat 12
3902 HP Veenendaal
veenendaal@vanhunnikautogroep.nl
F 0318-519063
T 0318-541163
www.vanhunnikautogroep.nl/



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

Realistisch blijven en creatief zijn!

Op deze wijze zijn er ook in deze tijden vastgoedprojecten succesvol van de grond te krijgen en transacties te realiseren. De twee geboren en getogen Veenendaalse ondernemers Kees van Essen en Gerard Heuvelman blikken terug en vooruit op diverse projecten in Veenendaal.

Van Essen Bedrijfsmakelaardij BV en BV Stichts Beheer van 1952 komen elkaar regelmatig tegen en zitten dan ook samen aan tafel om hun projecten toe te lichten.

“We zien elkaar ieder vanuit zijn vakgebied bij huisvestigingsvraagstukken en over bouw/renovatieprojecten van bedrijven en instellingen in de regio Veenendaal”, legt

Kees van Essen uit. “Het is tegenwoordig niet meer zo dat je een project op de kaart tekent, begint met bouwen en aflevert. Er komt tegenwoordig veel meer bij kijken.” “Wij vullen elkaar eigenlijk precies aan om huisvestigingsvraagstukken, bouw- en renovatieprojecten van begin tot einde op te leveren”, vult Gerard Heuvelman aan. “We moeten realistisch blijven en eerst de haalbaarheid toetsen, marktanalyses maken, bestemmingsplannen onderzoeken en het hele plan doorrekenen. Pas als dat gedaan is, ge-

BV Stichts Beheer van 1952

Stichts Beheer ontzorgt en adviseert bedrijven en particulieren als het gaat om nieuwbouw en/of verbouwplannen, bouwdirectie en vastgoedbeheer. Het bedrijf heeft door het hele land een goede naam in de advisering van bedrijven bij huisvestigingsvraagstukken en de uitvoering van nieuwbouwprojecten en renovatie. Sinds 1952 hebben grote en kleine bedrijven de weg naar Stichts Beheer gevonden voor uiteenlopende projecten. Of het nu gaat om een kleine aanpassing van een bestaand huisvestigingsprobleem, of het aangaan van een complexe turnkey bedrijfsverplaatsing, zowel technisch, financieel als commercieel worden door onze vakmensen onze cliënten vakkundig begeleid in de vele fasen van een projectplan.

Gerard Heuvelman





Kees van Essen

Van Essen Bedrijfsmakelaardij BV

Vanaf 1988 is Bedrijfsmakelaar en Register Taxateur Kees van Essen (46) actief in de regionale vastgoedmarkt, waarvan ruim twintig jaar als zelfstandig ondernemer. Altijd vooruit kijken, anders durven zijn en tijdig de bakens verzetten in een veranderende wereld, is zijn motto. Na de verkoop van zijn makelaarskantoor in 2007 aan de Rabobank, is hij zich gaan toeleggen op een niche in de vastgoedmarkt. "De traditionele bedrijfsmakelaar is door de moderne tijd min of meer ingehaald. De markt is transparant voor iedereen en bovendien complexer. Er is vraag naar specialisten en goed advies door onafhankelijke vastgoedadviseurs die ondernemers volledig faciliteren. Dit laatste kan natuurlijk niet als je tientallen verkoop of verhuuroprachtgevers hebt. "Bewust heb ik dan ook geen groot verkoop/verhuur aanbod omdat ik voor een beperkt en geselecteerd aantal opdrachtgevers werk." Juist vanwege de ruime ervaring en onafhankelijke positie wordt Van Essen benaderd als adviseur voor banken, accountants en vastgoedondernemers bij verkoop, bedrijfsverplaatsing, optimalisering vastgoedportefeuilles en taxaties. Ook buiten de regio Veenendaal. "Vanuit de vertrouwensband met de opdrachtgevers opereer ik steeds meer als een vastgoedregisseur namens hen om de beoogde doelstellingen te realiseren".

ven we een advies of het project wel de investering waard is en doorgang kan vinden of dat we het beter niet kunnen doen of op een andere manier aan kunnen pakken. Kees van Essen: "Als iets niet mogelijk blijkt te zijn, zeggen we dat ook gewoon."

Wat betekent dit?

De twee bedrijven worden vanwege aantoonbare successen steeds vaker door uiteenlopende opdrachtgevers in deze combinatie aangesteld. Zo zijn de twee ondernemers gezamenlijk opgetrokken bij het realiseren van de nieuwe bedrijfslocatie van het Engels/Veenendaalse bedrijf Technetics BV op bedrijventerrein De Batterijen. Kees van Essen: "Technetics BV heeft mij destijds de opdracht verstrekt om te adviseren en mee te denken bij het verwerven van nieuwe bedrijfshuisvesting, bij voorkeur wilden ze nieuwbouw. Een mooi project waar veel bij komt kijken. Nadat ik de locatie had gevonden en de onderhandelingen in gang waren, moest daarnaast het hele project ook bouwkundig op de rit worden gezet. Daar komt Stichts Beheer dan om de hoek kijken. In overleg met Technetics BV hebben

we Gerard benaderd voor het bouwmanagement van het complex. Dit is uitermate goed verlopen en keurig binnen de gewenste tijd." Zo wisselen de twee bedrijven hun kennis en expertise uit om gezamenlijk een totaalconcept aan de opdrachtgever aan te bieden. De netwerkrelaties zorgen dat de twee heren projecten van allerlei aard tot tevredenheid van de klant kunnen afleveren. "Het hoeft niet perse te gaan om nieuwbouw. We kijken ook graag verder om bedrijven of instellingen in bestaande huisvesting te plaatsen waarbij het gebouw gerenoveerd dient te worden zodat het past in de wensen van de klant, maar zeker ook voldoet aan de eisen van deze tijd, denk aan duurzaamheid in relatie tot de steeds stijgende energiekosten. Kees bracht mij enkele jaren geleden in contact met Movola BV de grondeigenaar van het perceel grond naast Zorgcomplex De Engelenburg aan de Industrielaan in Veenendaal. Medio 2015 dient daar een geheel nieuw 1e lijns gezondheidscentrum met complementaire ruimten en een zorginstelling gebouwd te zijn."

Kees van Essen: "We hebben recent ook een transactie afgewikkeld voor de realisatie

van een maatwerk bedrijfscomplex met kantoren, showroom en opslagruimte aan het Landjuweel in Veenendaal voor het Veenendaalse bedrijf Orcon BV. Het bijzondere hiervan is dat dit energieneutraal gebouw zal worden. Verder hebben we samen o.a. twee kleinschalige gezondheidscentra (Paramedisch Instituut Rembrand) aan de Synagogestraat en Kerkwijk ter plaatse begeleid bij de verwerking, bouw en renovatie."

"Waar we als Stichts Beheer natuurlijk heel enthousiast over zijn, is dat we het Hotel Van de Valk complex aan de A12 neer mogen zetten. Dat wordt een landmark voor Veenendaal", vertelt Gerard Heuvelman. "Dat is een mooi project en het is ook waar de regio en Veenendaal als gemeente behoefte aan heeft. Ook hierbij maken we het hele plaatje compleet zodat de opdrachtgever, de gemeente en alle betrokken partijen meer dan tevreden naar de opening kunnen uitzien." ■

www.vanessenbedrijfsmakelaardij.nl

www.stichtsbeheer.nl

Innovatie maakt Info Support aantrekkelijk werkgever

'Solid innovator' al 27 jaar basis van succes

Het ontwikkelen en beheersbaar maken van software is de uitdaging die de informatietechnici van Info Support iedere dag weer aangaan. Hierbij zetten ze alle middelen in die voor handen zijn. Van online management tool tot functionele mobiele app. Alles om de productiviteit van de klant te optimaliseren. Meegaan met de markt en investeren in innovatie is de kern van het succes van dit bedrijf.

Frans Pas, commercieel manager en Henk van der Pol, manager sales support & marketing, leggen uit hoe het bedrijf is geworden zoals het is. Pas: "Ik zie onze onveranderende visie als de belangrijkste basis van ons succes. Solid innovators, dat was de missie toen dit bedrijf werd opgericht, dat is het nu en dat blijft het ook." Van der Pol vult aan: "We willen

voor onze mensen een aantrekkelijke werkplek creëren. In onze markt is het moeilijk om goed gekwalificeerd personeel te vinden. Daarom investeren we continu in ons personeel, zodat ze hier een goede werkplek hebben. Daarnaast investeren we ook steeds in onze diensten en in de toolkit van onze medewerkers. We zorgen dat iedereen toegang heeft tot

de modernste technieken en op de hoogte is van de jongste ontwikkelingen, zodat ze daadwerkelijk waarde en innovatie kunnen toevoegen voor de klant."

Ambities

De ambitie van Info Support vormt zich altijd rondom de visie als solid innovator. Dit betekent dat het bedrijf de markt van





IT continu monitort om in te kunnen spelen op trends die blijvend zijn. Investeren doet het bedrijf dus pas als ze met een bepaalde dienst meerwaarde kunnen creëren voor de klant. Pas: “Wij doen bijvoorbeeld mee in de markt van mobiele appli-

caties omdat we hiermee slimme toevoegingen kunnen leveren aan onze IT-oplossingen.”

Kernwaarden

Soliditeit, integriteit, vakmanschap en passie. Dat zijn de uitgangspunten bij ieder project en bij elk bedrijfsproces. Sturen op deze kernwaarden heeft het bedrijf gebracht naar de positie waar het nu staat. Alle 350 medewerkers herkennen deze waarden ook in het bedrijf. Investeren in goed personeel is daarbij van groot belang. Daarom wordt iedere nieuwe medewerker uitgebreid opgeleid en kan elke medewerker beurzen en seminars over de hele wereld bezoeken. Bij dat laatste is het een voorwaarde dat je na afloop het geleerde deelt met collega's. De eigen trainingsruimten zijn hiervoor uitermate geschikt.

Multinational tot MKB

Dankzij het uitgebreide dienstenpakket van Info Support behoren zowel grote, internationaal opererende bedrijven als regionale MKB'ers tot het klantenbestand. Uiteraard is de dienstverlening voor deze twee uitersten divers. Pas: “Als enige IT-dienstverlener in Nederland hebben wij onze eigen opleidingsfaciliteiten met achttien eigen docenten. Hier bieden

we zeer veel verschillende trainingen aan voor zowel de MKB'er die net start met zijn eigen IT-omgeving als de doorgewinterde IT'er.”

Regionale samenwerking

In de nabije toekomst ziet Info Support het belang van het versterken van de regionale samenwerking. Met name door een investering in ICT Valley, FoodValley en de samenwerking met andere IT-bedrijven. Van der Pol: “Door samen te werken met andere partijen, kunnen we producten ontwikkelen die nog meer waarde toevoegen dan dat ze nu al doen. Als je dienstverlening complementair is aan elkaar moet je elkaar volgens mij niet zien als concurrenten maar als onmisbare collega's.”

Succesformule

De basis van het succes van Info Support is gelegen in de continue investering in kennis. Dit wordt versterkt door de passie en het vakmanschap van het personeel. Al 27 jaar onderstreept Info Support dit met soliditeit en integriteit. Zo ontstaat de succesvolle basis van ieder project en krijgen klanten de nieuwste technologieën snel geïmplementeerd in hun bedrijfsvoering. ■



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 wegwijz in de zakelijke en bedrijfsprocessen, maar de jongeren helpen op hun beurt de ouderen met de nieuwe communicatiemiddelen.

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

SEPA-proof?

Voorkom verrassingen en kom nu in actie



Cees Karsemeijer

Iedereen krijgt de komende tijd te maken met IBAN en SEPA. Of u nu een kleine zelfstandige bent of een grote onderneming leidt. Vanaf 1 februari 2014 is er één Europese betaalmarkt: de Single Euro Payments Area (SEPA). U mag dan alleen nog Europese betaalvormen gebruiken. Dit heeft consequenties voor uw betaalproces. Onderschat ze niet en start vandaag nog uw voorbereidingen.

Rabobank Vallei en Rijn helpt ondernemers graag op weg. Vallei Business spreekt met Arthur Verhagen en Cees Karsemeijer, beiden specialist Financiële Logistiek bij Rabobank Vallei en Rijn. Verhagen: "Een veel gehoorde opmerking van ondernemers is dat SEPA wel overwaait en dat de bank alles wel regelt. Dat is een misvatting. Voorbereidingen zijn noodzakelijk. Want als u niet klaar bent, heeft dat effect op uw betalingsverkeer na 1 februari 2014. Om te weten wat u als ondernemer moet doen, heeft de Rabobank een handige SEPA-check ontwikkeld; een online hulpmiddel voor MKB'ers. Ook verenigingen, stichtingen en instellingen met beperkte betaalstromen krijgen hiermee inzicht in de mogelijke gevolgen van IBAN en SEPA. Veel klanten van de Rabobank maken gelukkig al gebruik van deze SEPA-check. De uitkomsten die ondernemers toegestuurd krijgen, geven gelijk inzicht hoe te handelen. Daarin geven we graag advies welke vervolgstappen een ondernemer kan doen."

De bank lost het wel op, toch? Nee, u bent aan zet.

In deze overgang naar één Europese betaalmarkt is het ook niet zo dat de bank het wel oplost. De ondernemer is echt aan zet. "Onderschat de complexiteit niet. Vooral voor grote



organisaties die meerdere betaalproducten gebruiken, is SEPA een grote klus. Houd ook rekening met de ouderdom van systemen die aangepast moeten worden. Bepaal uw scope en invoeringsscenario", zegt Karsemeijer. "Vanaf 1 februari 2014 wordt de Nederlandse betaling en incasso vervangen door de Europese variant. Daarnaast gaat iedereen over op IBAN. Dit staat voor International Bank Account Number. Iedereen in Europa gaat deze standaard gebruiken. Dergelijke veranderingen vragen om technische en administratieve aanpassingen in uw systemen. U kunt nu al starten door uw IBAN op briefpapier en facturen te zetten. Of door de IBAN's van uw klanten alvast te verzamelen. Sinds begin 2013 laten we ondernemers alvast wennen aan IBAN. In de betaalomgeving is het nummer bijvoorbeeld al zichtbaar."

Klaar voor de overgang? Test!

"Op het moment dat u uw administratieve processen en IT-systemen heeft aangepast en de SEPA-betaalproducten gaat gebruiken, is het verstandig de nieuwe betaalformaten en de aansluiting met de bank te testen", geeft Verhagen aan. "Hiermee controleert u of de nieuwe betaal- en incassobestanden voldoen aan de SE-

PA-formaten, de regels van de Nederlandse Betaalvereniging en de vereisten van de bank. Door te testen of de bestanden voor uitgaand en inkomend betalingsverkeer voldoen aan de SEPA-vereisten, controleert u of alle wijzigingen correct zijn doorgevoerd. Dit voorkomt dat u op een ongelegen moment vaststelt dat betaal- en incasso-opdrachten niet verwerkt kunnen worden. We bieden twee varianten om uw bestanden en software te testen: de Rabo SEPA Test-Tool en de Rabo SEPA TestService. Uw business moet immers doorgaan, ook na 1 februari. Rabobank helpt en adviseert u daarom graag om SEPA-proof te zijn." ■



Arthur Verhagen

Contact

Rabobank Vallei en Rijn
(0318) 660 664, www.rabobank.nl/sepa

vhm | accountants & belastingadviseurs helpt u met de juiste keuze

Weet u in welke systemen een bankrekeningnummer geregistreerd staat? Natuurlijk staat het in uw bank- en boekhoudpakket, maar wist u dat het waarschijnlijk ook in uw personeelssysteem, CRM-oplossing en uw bedrijfsspecifieke software staat? En dan hebben wij het nog niet eens over uw brief-, factuurpapier, loonstroken en website.

Het is niet alleen internetbankieren dat wijzigd “Het invoeren van SEPA is meer dan een conversie van rekeningnummers. De invoering heeft niet alleen gevolgen voor de bestaande rekeningnummers, maar ook voor overschrijvingen, incasso's en de bijbehorende bedrijfsvoering. Voor de implementatie van de SEPA-standaarden en -interfaces zijn dan ook substantiële aanpassingen nodig in de financieel-administratieve, de ERP- en de betalingssoftware”, zegt Jan Veldhuizen, accountant bij vhm | accountants & belastingadviseurs.

Softwareleverancier faciliteert alleen

Het is dus zaak om een inventarisatie te maken zodat u weet waar uw bankrekeningnummer in voorkomt. Informeer bij uw softwareleverancier over welke versie van de software u moet beschikken om met SEPA aan de slag te kunnen. Vraag daarbij na welke eventuele aanpassingen in de software u zelf moet doen. Biedt uw softwarepakket bijvoorbeeld de mogelijkheid rekeningnummers te exporteren en importeren zodat u de omzetting kunt automatiseren?

“De aanpassing in de software voor IBAN-velden zal de leverancier doen, maar in de meeste gevallen zult u de omzetting van IBAN-nummers zelf moeten verzorgen! Gelijk een goed moment om uw software en uw leverancier te beoordelen. Voldoen deze nog wel aan de gestelde wensen en eisen van uw onderneming”, aldus Veldhuizen.

Heeft u al nieuwe contracten?

Maakt u gebruik van incasso's of heeft u incasso's afgegeven? Hier voor dient u nieuwe contracten en machtigingen af te sluiten. Daarnaast adviseert Veldhuizen om bij uw bank een Europees incassocontract af te sluiten. U krijgt dan een Incassant ID. Met dit ID en uw eigen kenmerk kunt u met uw klanten een nieuw incassomachtiging aangaan. Ga na of uw software het vastleggen van mandateringsgegevens voor incasso's ondersteunt, te weten: kenmerk, datum ondertekening en soort machtiging (eenmalig, doorlopend).



Wist u verder dat de invoering van de Europese Richtlijn Betaaldiensten (de Payment Services Directive, PSD) leidt tot nieuwe wettelijke regels voor de terugboekingstermijn van een incasso? Hierbij betreft het incasso's vanaf 1 november 2009. Daarom is het belangrijk om, waar nodig, contractuele verplichtingen met incassorelaties te herzien.

Voorkom problemen met uw werkkapitaal

Om problemen te voorkomen is het belangrijk om medewerkers, klanten, leveranciers en andere relaties tijdig op de hoogte te stellen van uw IBAN en het moment dat u hier op over gaat.

“De huidige rekeningnummers en huidige betaalmiddelen zijn na 1 februari 2014 niet meer te gebruiken. Zonder extra inspanningen ontstaat er begin volgend jaar een stuwmeer aan niet te verwerken betalingstransacties, omdat ze simpelweg niet langer verwerkt kunnen worden. U zult daardoor langer op uw geld moeten wachten terwijl uw klant en de banken extra handwerk moeten verrichten. Betalingsachterstanden van een paar belangrijke klanten kan al gauw tot problemen met uw werkkapitaal leiden.” ■

vhm | accountants & belastingadviseurs

Wilt u meer informatie? Neem u gerust contact op met Jan Veldhuizen van vhm | accountants & belastingadviseurs, telefoonnummer 0318-553233 of kijk op www.vhmabc.nl. Wij helpen u graag verder om grip te houden op uw financiële proces.

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 ;
www.mkb servicedesk.nl

Programma Starters International Business



Starters International Business (SIB) is een regeling die MKB-ondernemers ondersteunt die weinig of geen ervaring met exporteren hebben. U krijgt advies bij het opstellen en uitvoeren van een stappenplan voor uw internationaliseringsstrategie.

Wat houdt het programma SIB in?

Als u uw product of dienst naar het buitenland wilt exporteren, loopt u waarschijnlijk tegen veel vragen aan, zoals: Kan mijn bedrijf het aan? Is mijn product of dienst concurrerend genoeg? Welk land wordt mijn startmarkt, een land dichtbij huis of juist verder weg in opkomende markten?

Om antwoord op deze vragen te krijgen, krijgt u advies van de Kamer van Koophandel. De KvK helpt u om binnen drie maanden een stappenplan op te stellen, waarna u goed voorbereid de stap naar het buitenland kunt maken. Met dit concrete stappenplan kunt u direct aan de slag.

Kom ik in aanmerking voor het programma SIB?

Starters International Business is bedoeld voor MKB-ondernemers die:

- geen of weinig ervaring hebben met zakendoen op buitenlandse markten;
- internationale handel structureel in hun bedrijfsvoering willen opnemen;
- beschikken over voldoende middelen;
- bereid zijn om tijd en geld te investeren om daadwerkelijk stappen over de grens te zetten.

Met de Exportcheck van Agentschap NL kunt u nagaan in hoeverre uw organisatie klaar is voor export.

Informatie en voucher aanvragen

Neem contact op met een consulent internationale handel van de Kamer van Koophandel voor de mogelijkheden en de voorwaarden. Als het traject iets voor u is, kunt u vervolgens bij Agentschap NL een voucher aanvragen waarmee u de kosten van het adviestraject van de KvK kunt voldoen. U kunt ook een kijkje nemen op de website: www.kvk.nl/sib. ■

Handelsmissies voor starters in de export

Start u op een internationale markt? Speciaal voor ondernemers die deelnemen aan het programma Starters International Business (SIB) wordt in de komende maanden een aantal multisectorale handelsmissies georganiseerd naar de buurlanden Duitsland, België, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk. De missies zijn bedoeld om met deze markten en hun wijze van zakendoen kennis te maken en om direct in contact te komen met relevante bedrijven en organisaties. Meer informatie over deze handelsmissies (Agentschap NL)



GRENZEN EN BARRIÈRES WEGNEMEN

Dat is internationaal zakendoen anno nu

Overal in de wereld zaken kunnen doen. Zonder grenzen en barrières. Dat is waar het bij internationaal zakendoen om draait. Met meer dan 180 jaar ervaring weten wij als geen andere bank hoe wij voor onze klanten internationale deals soepel en snel tot een succes kunnen maken. Dat is internationaal zakendoen anno nu. Kijk voor meer informatie op abnamro.nl/internationaal

DE BANK ANNO NU  ABN·AMRO



pdr
porsderidder

“Dutch PR Award kroon op ons werk”

Postbus 571
6710 BN Ede
Copernicuslaan 35
6716 BM Ede
T +31 (0)318 438487

In de afgelopen maanden werden we gehuldigd. In de eerste plaats door onze tevreden relaties. Dagelijks zorgen we dat zij meer bekendheid, meer fans en daardoor meer omzet realiseren. Als kroon op ons werk werden we ook nog eens gehuldigd door onze vakgenoten. Tientallen PR-bureaus verkozen PDR public relations uit Ede tot het meest succesvolle bureau van Nederland. Het winnen van de VPRA Dutch PR Award 2012/2013 stemt ons tevreden. Maar het maakt ook onrustig. Wij willen meer doen. We willen voor u aan de slag. Elke dag PR-kansen creëren, pakken en verzilveren. Wilt u ook meer bekendheid, meer fans en daardoor meer omzet? Check onze nieuwe website www.pdr.nl en bel vooral even. Dan maken we een afspraak.

www.pdr.nl