NOORD-LIMBURG

Jaargang 13 | nummer 2 | juli-augustus 2021

BUSINESS

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE VOOR DE REGIO NOORD-LIMBURG

COVERSTORY ADAGIUM BEDRIJFSOVERDRACHTEN

EEN BEDRIJFSOVERDRACHT IS MEER DAN EEN VERKOOPBEDRAG

BLIJF OOK ONLINE IN CONTACT MET JE ZAKENRELATIES

ZAKENAUTOTESTDAG DE WEG NAAR DE TOEKOMST

VAN MUNSTER MEDIA FACTORY

marketing- en communicatiemakers

Gespecialiseerd in het creëren en beheren van media, in de meest brede zin van het woord. Bij ons vind je alle kennis en services onder één dak. We kunnen je helpen met elke gewenste media-uiting. Of dit nu online of offline is!

vmmf.nl

NIEUWE MAATREGELEN

Schreef ik naar aanleiding van de in juni aangekondigde versoepelingen in de eerste versie van mijn voorwoord nog dat er licht aan het einde van de tunnel gloorde, worden de maatregelen rond corona ineens deels teruggedraaid. 'Het waren twee fantastische weken', werd al snel met enig sarcasme gezegd en dat kan ik beamen. Want net in die twee weken konden we voor het eerst sinds anderhalf jaar weer een autotestdag organiseren waarbij ondernemers uit de regio naar hartenlust nieuwe modellen lease-auto's konden testen. Ook het feit dat ze eindelijk weer collega-ondernemers konden ontmoeten, was al genoeg voor een opperbeste stemming. De stemming van mijn collega's en mijzelf was na het ontvangen van het zoveelste compliment ook zeker opperbest te noemen. Gelukkig hebben we de foto's en de testverslagen nog…

Onlangs verklaarden VNO-NCW en MKB-Nederland recent in de media begrip te hebben voor de maatregelen van het demissionaire kabinet die inmiddels weer van kracht zijn. Niettemin benadrukten zij dat deze maatregelen uiterst wrang zijn voor ondernemers die wel alles uit de kast hebben gehaald om veilig en verantwoord hun deuren weer te openen. "De huidige ontwikkeling van het virus onderstreept de voorbarigheid van het eerdere kabinetsbesluit om het steunpakket na het derde kwartaal niet te verlengen", aldus VNO-NCW en MKB-Nederland.

Ook vakbond CNV vindt dat het afbouwen van de coronasteunpakketten veel te vroeg komt. Veel bedrijven zijn volgens de organisatie nog niet hersteld van de coronacrisis. "Deze abrupte afbouw brengt veel ondernemers onnodig in de problemen. En daarmee werkenden in veel sectoren die onder druk staan", verklaart Piet Fortuin, voorzitter van CNV in Trouw.

Het bedrijfsleven moet het in principe vanaf oktober dus weer op eigen kracht redden. Alleen als het coronavirus oplaait en bedrijven op grote schaal de deuren weer moeten sluiten, komen mogelijk nieuwe steunmaatregelen in beeld.

Ik ben benieuwd hoe we er na de zomer voorstaan. Toch moeten we optimistisch blijven. We hopen maar dat vanaf 14 augustus weer meer mogelijk is.

Met vriendelijke groet,

Sofie Fest
Hoofdredacteur Noord-Limburg Business
sofie@vanmunstermedia.nl

INHOUDSOPGAVE

6 Coverstory Adagium: Een bedrijfsoverdracht is meer dan een verkoopbedrag
11 Rühl Haegens Molenaar: Zorg dat je bedrijf altijd verkoopklaar is
13 JDS bedrijfsautomatisering bv: Totaaloplossing voor automatisering en telefonie
14 Hybride werken wordt de norm
16 LWV: Duurzaamheid, inclusie en innovatie moeten we samen doen
19 Column NewDay: Terug naar het nieuwe normaal?
20 Liberi: Is de crisis voorbij als corona tot het verleden behoort?
20 TRIAS: Het Collectief Geheugen voor het behoud en overdragen van kennis
21 Column Voor de Zaak: Wat staat er eigenlijk in ons contract
22 CONNECTED biedt actuele blik vóóruit
24 Camperdiner: Hoeve De Boogaard boort via Facebookgroep Camperdiner nieuwe markt aan
26 Blijf ook online in contact met je zakenrelaties

van munster media groep

Zakenmagazine voor de regio Noord-Limburg
Dit zakenmagazine maakt onderdeel uit van Noord-Limburg Business; een on/offline platform voor ondernemers uit de regio Noord-Limburg.

JAARGANG 13
Juli-augustus, editie 2

REDACTIE-ADRES
Postbus 6684, 6503 GD Nijmegen
Kerkenbos 12-24A, 6546 BE Nijmegen
Tel. (024) 373 8505
Fax (024) 373 0933
info@vanmunstermedia.nl

UITGEVER
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE
Sofie Fest

REDACTIEBIJDRAGEN
Hans Hajée, Jessica Scheffer, Gian Kerstges

VORMGEVING / OPMAAK
Jan-Willem Bouwman, Joost Franken, Lisanne Cobussen

FOTOGRAFIE COVER
Joost Franken

DRUK
Balmedia

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
VM Sales en Support B.V.
Aysun Mahubessy-Saruhan
t: 024-373 2585

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

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

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

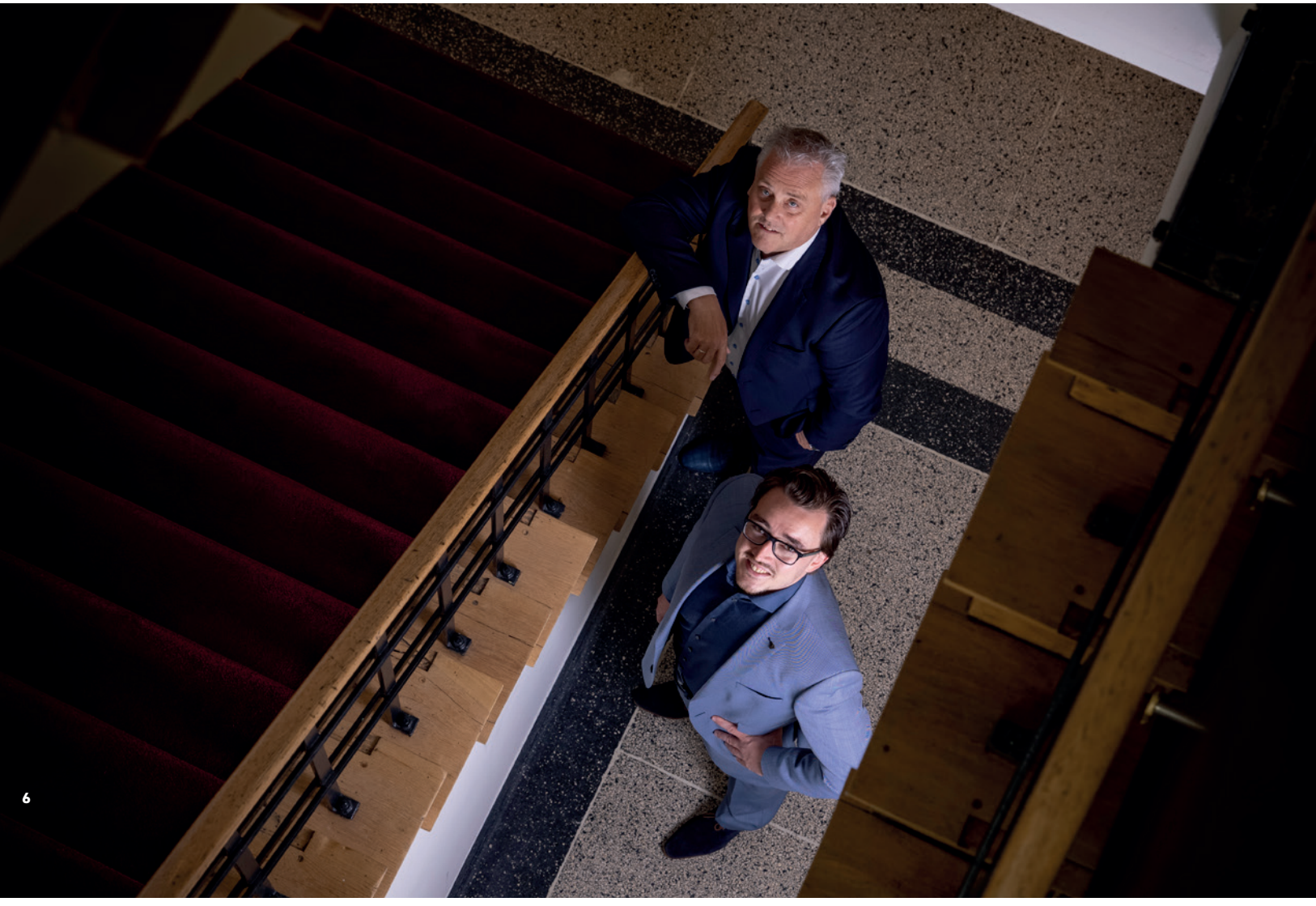
© 2020 Overname van artikelen is slechts mogelijk na verkregen schriftelijke toestemming van de uitgever

www.noordlimburgbusiness.nl
ISSN: 2543-3237

29 Venray Big Business: Nieuwe ondernemersbeurs in startblokken
30 Het ondernemersnetwerk van BS Morgen
32 Ondernemerschap: Zo word je aantrekkelijker voor klanten
36 Business Flitsen

ZAKENAUTOTESTDAG
38 Algemene impressie
40 Testverslagen

Fotografie: Joost Franken



ADAGIUM BEDRIJFSOVERDRACHTEN

EEN BEDRIJFSOVER-DRACHT IS MEER DAN EEN VERKOOPBEDRAG

De verkoop van het bedrijf: de meeste mkb-ondernemers wagen de stap slechts één keer in hun leven. Overname-expert Adagium staat de overnemer bij met een goede waardering, het vinden van de juiste koper én het begeleiden van het transactieproces. “Een bedrijfsoverdracht is meer dan een verkoopbedrag, het gaat om het managen van verwachtingen en emoties.”

Jon Pieper

(overname van Buienalarm) zijn mooie voorbeelden van deze ontwikkeling."

KANTOOR IN VENLO

Sinds kort heeft het Brabantse bedrijf met hoofdkantoor in food-epicentrum Veghel een kantoor in Venlo, waar Corporate Finance Adviseur en geboren Limburger Jon Pieper actief is. "Het praat toch net wat makkelijker wanneer je in de regio zit. Bovendien zijn we zowel in Oost-Brabant als Noord-Limburg op de hoogte van wat er speelt. We kunnen goed inschatten welke bedrijven interesse hebben en welke bedrijven bij elkaar passen." Zo was Jon vorig jaar nog als overnamespecialist betrokken bij de overname van stroopfabrikant Canisius door conculega Frumarco. "Beide partijen zochten expertise om de details van de overdracht te bespreken en vast te leggen, waarbij wij in het traject namens Frumarco hebben opgetreden. Het was mooi om het proces te mogen begeleiden waarbij twee Limburgse familiebedrijven die al generaties actief zijn samen tot een deal kwamen. Er was veel wederzijds respect, maar uiteindelijk ging het erom dat we, in dit geval voor de kopende partij, een mooie deal realiseerden. Beide

Albert Dominicus

Adagium is inmiddels alweer vijftien jaar actief in het begeleiden van ondernemers met de aan- en verkoop van bedrijven. Het bedrijf is met name betrokken bij verkoopdeals met een transactiewaarde tussen de twee en twintig miljoen. Gemiddeld staan er zo'n 20 tot 25 overnametrajecten op de jaarkalender. "Gedurende de eerste maand na de uitbraak van de coronacrisis lag de overnamemarkt even stil, maar daarna kwam alles weer op gang", vertelt partner en Corporate Finance Adviseur Albert Dominicus. "Eind 2020 en begin 2021 hebben we wederom een aantal mooie trajecten mogen begeleiden. Twee voorbeelden hiervan zijn Compose Network Connections en Votech, bedrijven van 'onder de rivieren' die zijn verkocht aan grote buitenlandse partijen. Waar Compose, een specialistische leverancier van glasvezelnetwerkoplossingen is overgenomen door het Franse Legrand Group, sluit maatwerk machinefabrikant Votech aan bij het Amerikaanse Duravant. Van origine zijn wij veel actief in de maakindustrie en de food- en feed-industrie. Ook is Adagium steeds meer actief in de IT-sector. De door ons begeleide transacties van zowel Compose maar ook Infoplaza

bedrijven vonden het feit dat ik een geboren en getogen Limburger ben een groot pluspunt. Dat heeft zeker bijgedragen aan het slagen van de overdracht."

VERKOOPKLAAR MAKEN

Volgens Albert en Jon is pensioen nog altijd de meest voorkomende reden waarom een mkb-ondernemer diens bedrijf wil verkopen. "Maar het moment waarop de ondernemer daaraan begint te denken, komt wel steeds eerder. We zien steeds vaker ondernemers van in de vijftig - en soms zelfs jonger - bij ons aankloppen. Het kost echter tijd om een bedrijf verkoopklaar te maken. Denk bijvoorbeeld aan het inlossen van schulden, iets wat er op de balans een stuk aantrekkelijker uitziet. In het ideale geval begint een ondernemer daar vijf jaar voor de daadwerkelijke transactie al mee."

EMOTIES

Er zijn ondernemers die het aandurven om de verkoop van hun bedrijf zelf af te wikkelen, maar Albert en Jon raden altijd aan om op z'n minst in gesprek te gaan met iemand die er verstand van heeft. Jon: "Een bedrijfsoverdracht is meer dan een verkoopbedrag. Bij deze trajecten draait 75% van het vak om het managen van emoties. Je handelt met en namens mensen. Het is niet meer dan logisch dat er vragen en twijfels op tafel komen over de voortgang van het bedrijf na de overdracht. Wat gebeurt er met de bedrijfsnaam en het personeel? Wordt het bedrijf verplaatst naar een nieuwe locatie? Blijf ik als ondernemer betrokken? Aandacht besteden aan de menselijke factor is essentieel om het overnameproces tot een goed einde te brengen. Dit geldt bijna vanzelfsprekend nóg meer in overdrachten binnen familiebedrijven, welke wij als Adagium graag en veel begeleiden."

"Ook het managen van verwachtingen is een belangrijk aspect", voegt Albert toe. "Neem bijvoorbeeld de term multiple die tegenwoordig veel wordt gebruikt. Veel ondernemers maken een eigen inschatting van de waarde van hun bedrijf door de ebitda (inkomsten voor aftrek van interest, belastingen, afschrijvingen en amortisatie, red) te vermenigvuldigen met een bepaald getal. Een multiple is echter geen methode om een bedrijf te waarderen, het is juist het gevolg van een waardering. Wat je bedrijf echt waard is, hangt mede af van de branche waarin je actief bent. Het maakt nogal verschil uit of je een groothandel of een machinefabriek verkoopt."

INTERESSE

Wanneer een ondernemer bij Adagium aanklopt, is de eerste stap na het inventariseren van de wensen van de klant het vaststellen van de waarde van het bedrijf. Hierbij is de zakenpartner van Albert, als ook geregistreerde waarderingsexpert Frank Schuurmans nauw betrokken. "Vervolgens maken we een shortlist met interessante partijen die we benaderen", legt Albert uit. "We vergelijken bij voorkeur uiteindelijk drie à vier biedingen om te kijken wat de markt het bedrijf waard vindt. Vervolgens gaan we met één partij in onderhandeling, wordt er een overeenkomst op hoofdlijnen bereikt en een intentieovereenkomst getekend. Dan begint het echte traject waarbij we namens de ondernemer gericht toewerken naar de transactie." Jon: "Per deal kijken we welke expertises we nodig hebben en zitten we bijvoorbeeld met advocaten, fiscalisten of bankiers aan tafel. Het tot stand komen van het betrokken 'dealteam' gebeurt mede op basis van de onderneming, de ondernemer en de betreffende branche.

Een overnametraject duurt gemiddeld negen maanden."

PRE-EXIT

Tegenwoordig zijn er diverse overnameconstructies mogelijk waarbij een ondernemer in meer of mindere mate bij het bedrijf betrokken kan blijven. "Voorheen was het gebruikelijk voor een ondernemer om het bedrijf voor de volle 100% over te dragen en daarna bijvoorbeeld nog een half jaar in dienst te blijven", licht Jon toe. "Nu wordt er steeds vaker gekozen voor een pre-exit waarbij de verkoper als aandeelhouder een belang in het bedrijf houdt. In het overnamecontract worden dan afspraken vastgelegd over de overdracht van de resterende aandelen die verkoper na de eerste transactie nog heeft. Ook is een zogeheten 'roll-over' een interessante mogelijkheid voor met name relatief jonge ondernemers; hierbij wordt de onderneming verkocht en koopt de verkoper zich gelijktijdig in bij de kopende partij. Wanneer je bedrijf onderdeel wordt van een dergelijk moederbedrijf met daaronder een groep van meerdere bedrijven, blijf je als aandeelhouder betrokken bij het geheel en profiteer je van de groei. Zeker nu de spaarrente voor hoge bedragen negatief is, is dat een interessante optie om een deel van je verkoopbedrag te investeren. Daarnaast brengen we, indien gewenst, bij wijze van nazorg ondernemers in contact met vermogensbeheerders om een goede bestemming voor hun inkomsten te bepalen."

AANDACHT VOOR DETAILS

Tijdens een overnametraject is aandacht voor details essentieel. Albert: "Wij weten precies op welke punten discussie kan ontstaan. Door op die punten vroeg in het traject gedetailleerde afspraken vast te leggen, voorkom je dat. Stel, je hebt in 2020 besloten om je bedrijf in 2021 te verkopen. Voor wie is dan de winst die wordt geboekt tussen de economische leverdatum (cijfers van 2020) en de juridische leverdatum (cijfers op daadwerkelijke moment van overdracht bij de notaris)? In Nederland is het gebruikelijk om het locked box principe aan te houden, waarbij de economische leverdatum als leidraad geldt. In navolging van deals die met buitenlandse partijen worden gesloten, maken deals op basis van een closing account hun opkomst. Hierbij wordt er een jaarrekening opgemaakt op de dag dat de deal bij de notaris wordt getekend. Hierdoor komt de gerealiseerde winst tot aan de dag van overdracht toe aan de verkoper. Zeker wanneer het te verkopen bedrijf winstgevend is en groeit, is dit een interessante voorwaarde." Jon: "In veel gevallen verdient de ondernemer de investering in een gedegen begeleiding van het overnametraject gewoon terug door middel van een hogere verkoopprijs of betere voorwaarden voor de korte en/of langere termijn."

AWARDWINNEND KANTOOR

Als kantoor is het team van Adagium enorm trots op diens activiteiten, waarbij het natuurlijk ook mooi is wanneer de prestaties en ontwikkeling erkend worden. "In 2019 hebben we de Deal of the Year Award gewonnen, bezien over het jaar 2018", vertelt Jon Pieper. "Deze is uitgereikt door de Dutch Corporate Finance Association (DCFA). Deze onafhankelijk vereniging van fusie- en overnameprofessionals uit meerdere disciplines kennen jaarlijks deze award toe op voorspraak van de aangesloten concullega's. Ook zijn wij eind 2020 uitgeroepen tot Overnamekantoor van het Jaar 2020 in de categorie Medium, waar wij met onze huidige zes fulltime adviseurs in thuis horen."
"Ondernemers die overwegen om hun bedrijf te verkopen, kunnen bij Adagium rekenen op een gespecialiseerd team met kennis van diverse sectoren, dat bovendien weet wat er in de regio speelt. Wij realiseren voor elke ondernemer een succesvolle bedrijfsoverdracht", aldus Albert.

www.adagium.nl

etiketten

drukwerk

printwerk

signing

snelle levertijden

scherpe prijzen

Dutch graphic group

Alleen tijd voor een halve advertentie...

...daardoor meer aandacht voor de klant!

www.dutchgraphicgroup.com

info@dutchgraphicgroup.com

VAN DER VALK
HOTEL VENLO

WIJ ZIJN OPEN!

- Cradle to cradle geïnspireerd
- 168 hotelkamers
- Suites op de 11e verdieping
- Topfloor Level 77
- Congrescentrum voor 600 personen
- Auditorium
- 12 moderne vergaderzalen
- Binnenzwembad
- Fitness & wellness
- À la carte restaurant
- Buffetrestaurant
- Hotelbar

Kijk voor meer informatie op **hotelvenlo.nl**
Reserveren is mogelijk via **banqueting@venlo.valk.com**
of neem contact met ons op via **+31(0) 77 354 41 41**
Tot ziens in Van der Valk Hotel Venlo!

level77 · RESTAURANT · ZEST. LIVE COOKING · 'ello BAR

ZORG DAT JE BEDRIJF ALTIJD VERKOOPKLAAR IS

Een ondernemer verkoopt zijn of haar bedrijf doorgaans maar één keer. Wanneer dat moment komt, is vaak niet bekend. Je kunt je wel voorbereiden op dat onverwachte moment door je bedrijf verkoopklaar te maken.

Het verkoopklaar maken van het bedrijf komt volgens Freddie de Vries (vennoot bij accountantskantoor Rühl Haegens Molenaar) vaak aan bod. “Ons uitgangspunt is dat een bedrijf op elk moment verkocht moet kunnen worden. Je weet maar nooit wanneer er een kans voorbijkomt waar je geen nee tegen wilt zeggen. Ook kan er onverwachts iets gebeuren met de ondernemer waardoor verkopen noodzakelijk is.”

MEER WAARD

Bedrijfseconomisch en fiscaal moet alles dan goed geregeld zijn. Wanneer de kans of noodzaak tot verkoop zich ineens voordoet, is een verkoopklaar bedrijf doorgaans meer waard. Die waarde wordt bepaald aan de hand van de kasstroom en de multiplier. De multiplier wordt beïnvloed door het risicoprofiel van de onderneming. “Ben je actief in een volatiele markt, dan heb je te maken met een hoog risicoprofiel en dus een lage multiplier. Opereer je in een stabiele markt, dan loopt je bedrijf minder risico en wordt er doorgaans een hogere multiplier gehanteerd.”

RISICOPROFIEL VERLAGEN

Freddie geeft aan dat er verschillende manieren zijn om je risicoprofiel te verlagen. “Kijk bijvoorbeeld eens kritisch naar je afnemers. Ben je voor 70% van je omzet afhankelijk van vijf klanten, dan is dat een risico. Dat risico kun je verlagen door bijvoorbeeld aan meer afnemers te gaan leveren of een maximale hoeveelheid producten te leveren. Doe dat ook bij je leveranciers: ben je volledig afhankelijk van één partij of koop je bij meerdere bedrijven in?” Dezelfde afhankelijkheid kan ook bij medewerkers spelen. “Eén onmisbare medewerker met specifieke kennis van het bedrijf, de markt en de klanten zorgt voor een hoger risicoprofiel. Je kunt het risico verlagen door deze medewerker tevreden en betrokken te houden, bijvoorbeeld met het aanbieden van aandelen of participatie in het bedrijf.”

Ten slotte loont het om naar de ondernemer zelf te kijken. “Wat gebeurt als hij of zij wegvalt door ziekte of overlijden? Beschikt de ondernemer als enige over alle kennis? Hoe zit het met praktische zaken zoals het verrichten van handelingen, betalingen en de toegang tot wachtwoorden? Is er iets opgesteld voor de nabestaanden van de ondernemer? Is er een polis voor het inhuren van een interim-manager? Of en hoe deze zaken zijn geregeld, heeft invloed op het risicoprofiel en dus de waarde van een bedrijf.”

KIES VOOR LANGE TERMIJN

Freddie raadt ondernemers aan om in ieder geval verstandige keuzes te maken bij elk belangrijk moment zoals bij uitbreiding of de overstap naar een nieuwe leverancier. “Ga voor die keuzes die doorwerken op de lange termijn, want die verhogen de waarde van een onderneming. Wij kunnen ondernemers met data-analyse helpen om de risico’s in kaart te brengen zodat zij hierop kunnen anticiperen. Wanneer je inzicht krijgt in deze risico’s en deze structureel benadert en verlaagt, maakt dat jouw bedrijf aantrekkelijker voor kopers. Je weet maar nooit hoe snel zoiets kan gaan.”

www.rhmweb.nl

FEEL GOOD EXPERT
Marie-José

Personal stylist voor zakelijke professionals
FG Exclusives business bags
06-22405115
www.feelgoodexpert.nl

PENSIOENVIZIER
de kroon op uw werk

Bouwbergstraat 102 - 6451 GR Schinveld
Fax. 0475-559041 - Mob. 06-22793851
www.pensioenvizier.nl

JDS
BEDRIJFSAUTOMATISERING
Werken in de Cloud?

U heeft al een
werkplek vanaf
€ 49,- per maand!

0478 - 531443

✓standaard werkplek ✓optimale beveiliging ✓automatische back-up

Alu Expo Art
TENTOONSTELLINGSBOUW

Hoogwaardige standbouw
voor een betaalbare prijs!

- Posterpanelen
- Individuele standbouw
- Uniforme standbouw
- Congresbouw

www.aluexpoart.nl

ambius HEALTH

LUCHTZUIVERING
CREËER EEN VEILIGE
OMGEVING OP KANTOOR EN
VERLAAG HET ZIEKTEVERZUIM
DANKZIJ LUCHTZUIVERING.

EERSTE MAAND GRATIS*
kijk op **schone-lucht.nl**

*vraag naar de voorwaarden

Een uniform, een schrift en een plek in de klas. Het antwoord kan simpel zijn. In Zuid-Afrika leven veel kinderen in ernstige armoede. Hun moeder kan hun vragen niet beantwoorden.

Gelukkig zijn er de MAMAS.

Sterke, lokale vrouwen die de meest kwetsbare kinderen dagelijkse zorg, veiligheid en liefde bieden.

Steun de MAMAS.
Ga naar www.kinderfondsmamas.nl

Kinderfonds mamas

JDS BEDRIJFSAUTOMATISERING BV

TOTAALOPLOSSING VOOR AUTOMATISERING EN TELEFONIE

Jarenlang werkte John Stroek als accountmanager bij diverse grote partijen waarvan de laatste jaren binnen automatisering. Bij JDS bedrijfsautomatisering bv krijgt hij de kans om met ondernemers aan tafel te schuiven en maatwerkoplossingen te ontwikkelen waar klanten mee vooruit kunnen.

Waar er vaak standaardoplossingen worden geboden, gaat JDS bedrijfsautomatisering bv een stap verder door bestaande systemen aan te passen aan de specifieke behoefte van de klant. “We maken daarbij met de bekende standaardproducten een maatwerkoplossing”, legt John Stroek uit. “Voor het ontwikkelen van deze oplossingen hebben we diverse specialisten in huis die continu trainingen volgen bij de leveranciers van de hardware en software die we gebruiken. Hierdoor beschikken we altijd over de actuele kennis en ontwikkelen we in relatief korte tijd een oplossing op maat.”

TOTAALOPLOSSING (OF HYBRIDE WERKPLEK)

“Bedrijven hebben steeds meer behoefte aan een totaaloplossing voor automatisering en telefonie. Om te analyseren binnen welke structuur en in wat voor omgeving het bedrijf het beste functioneert, doen we een uitgebreid onderzoek naar wat er al is en wat de gewenste situatie is. Kan er bijvoorbeeld een volledige cloud-omgeving gerealiseerd worden, of is een hybride-omgeving de oplossing waarbij zware applicaties (nog) op een server draaien. Dit terwijl de kantooromgeving in de cloud staat.” Daarnaast vraagt de nieuwe norm steeds meer naar een hybride werkomgeving in de zin van thuiswerken en op kantoor. Dit betekent eenzelfde veilige werkplek creëren op elk device.

ROADMAP

Wanneer John de behoeften en toekomstverwachtingen in kaart heeft gebracht, stelt hij samen met de klant een roadmap op. “In die roadmap is in fases vastgelegd wat de verwachtingen van het bedrijf zijn voor de komende periode wat betreft groei of juist afschaling. Vervolgens gaat een projectleider de oplossing ontwikkelen. Zodra de oplossing draait, wordt deze opgeleverd en geïmplementeerd bij de klant. Daarbij letten we erop dat de oplossing past in de huidige omgeving en dat de werknemers er goed mee kunnen werken. Ook zorgen we er altijd voor dat de betreffende projectleider een rechterhand heeft bij onze servicedesk, zodat de klant bij vragen of problemen ook via deze medewerker kan worden geholpen.” Alle communicatie met de klant wordt vastgelegd zodat een collega servicedeskmedewerker kan zien wat er speelt bij de klant en deze kan helpen mocht er iets spelen.

MANAGED SERVICES

Het grote voordeel van een totaaloplossing die door één partij wordt ontwikkeld, is dat je één aanspreekpunt hebt waar je met al je automatiserings- en telefonieproblemen terechtkunt. “Klanten die gebruikmaken van onze managed services, merken dat ze dan sneller geholpen kunnen worden. En wanneer het daadwerkelijk mis dreigt te gaan, hebben we achter de schermen veel sneller in beeld waar de problemen zitten. Zelf zeggen we altijd: ‘rust in de organisatie betekent rust bij ons.’ Vaak hebben we deze problemen al opgelost voordat de klant er iets van merkt.”

www.jds.nl

HYBRIDE WERKEN WORDT DE NORM

GAMECHANGER VOOR MOBILITEIT?

Nu corona onder controle lijkt, verwachten sommigen dat we weer en masse de kantoorwerkplek opzoeken. Anderen denken dat werken op afstand een beslissende doorbraak heeft beleefd. Bestaat het kantoor zoals wij dat kennen straks nog? En zijn alle geplande investeringen in infrastructuur wel nodig?

Data-analist en ingenieur Tomas Pueyo maakte vorig jaar naam met zijn visie op de bestrijding van het coronavirus. Wereldwijd lazen tientallen miljoenen mensen artikelen zoals *The Hammer and the Dance*, waarin hij al in maart 2020 pleitte voor een strenge lockdown. Mark Rutte bleek onder de indruk en verzocht minister De Jonge zelfs om het artikel te laten valideren buiten de RIVM om. Ook Joe Biden en zijn team lieten zich door Pueyo adviseren.

ERGERNIS EN AFLEIDING

Op het platform *Uncharted territories* (onbekende gebieden) deelt Pueyo zijn visie op tal van onderwerpen. Zo analyseert hij in *Remote work is inorexable* de toekomst van werk. Pueyo denkt dat in ontwikkelde landen 30 tot 50% van de banen op afstand kan worden ingevuld. Maar willen werknemers dat ook? Zeker, interactie met collega's op kantoor bevordert de creativiteit en is sociaal waardevol. Maar het kantoor is ook een plek

waar je je kunt ergeren, meetings nodeloos lang duren en afleiding altijd op de loer ligt. Ook kost het vaak veel tijd om de fysieke werklocatie te bereiken.
Op basis van onderzoek van onder meer van PwC, Slack en Flexjobs stelt Pueyo dat zo'n 30% van de kenniswerkers geheel op afstand wil werken. Ongeveer 5% geeft de voorkeur aan een volledige kantoorbaan. De rest kiest voor een mix. Een hybride vorm is dus het favoriete toekomstbeeld van werknemers.

TOEGANG TOT TALENT

Voorkeuren en verwachtingen van werkgevers zijn divers. Sommige CEO's willen snel terug naar *business as usual*; iedereen op kantoor. Ook zijn er voorbeelden van bedrijven die fysieke huisvesting vaarwel hebben gezegd en prima zonder blijken te kunnen.
Pueyo maakt onderscheid tussen gevestigde bedrijven en nieuwkomers. De eerste groep heeft belang bij het handhaven van de status quo en is daarom terughoudend om grootschalig op afstand werken toe te staan. Voor nieuwkomers is het juist een manier om toegang te krijgen tot talent. Immers, startups hebben meestal niet de middelen om de huisvesting en faciliteiten van gevestigde bedrijven te evenaren. Door werken op afstand ruimhartig te faciliteren, kunnen ze toch personeel aan zich binden.

OEKAZE HERZIEN

Als het merendeel van de gekwalificeerde medewerkers op afstand wil werken en startups die mogelijkheid bieden, zullen deze bedrijven een bovengemiddeld deel van het beschikbare talent aantrekken. En zo hun concurrentiekracht versterken. De gevestigde orde heeft geen andere keus dan te volgen, stelt Pueyo. Hij noemt het voorbeeld van Google, toch beschouwd als een aantrekkelijke werkgever. Aanvankelijk werden medewerkers van de techreus verordonneerd om terug te keren naar kantoor. Al na twee weken moest Google deze oekaze herzien; de weerstand was te groot. Als een miljardenbedrijf met waarschijnlijk de gaafste kantoren ter wereld medewerkers niet kan overtuigen daar te werken, hoe moeten andere bedrijven deze strijd dan winnen?

ALS BEDRIJVEN WAAR MENSEN MEER OP AFSTAND WERKEN PRODUCTIEVER ZIJN, ZULLEN ZIJ MARKTAANDEEL WINNEN

GOEDKOPER EN PRODUCTIEVER

Productiviteit is een andere cruciale factor die bepaalt of grootschalig op afstand zal worden gewerkt. Pueyo onderscheidt daarbij twee elementen: toegevoegde waarde en kosten.
Op huisvesting en reiskosten kan bij werken op afstand aanzienlijk worden bespaard. En de toegevoegde waarde? Uit onderzoek door verschillende bedrijven blijkt de productiviteit bij werken op afstand 15 tot 40% hoger te liggen. Ook medewerkers zijn positief. Er is minder uitval en afwezigheid. En omdat de reistijd afneemt, kunnen ze meer tijd besteden aan hun job.
Als bedrijven waar mensen meer op afstand werken productiever zijn, zullen zij marktaandeel winnen. Net als bij de strijd om talent zullen andere bedrijven moeten volgen.

GEPASSEERD STATION

Conclusie van Pueyo: het merendeel van de stakeholders ziet substantiële voordelen bij werken op afstand. Het kantoor zoals we dat kennen is daarom een gepasseerd station, stelt hij. Een aanzienlijk deel van het werk zal in de toekomst op afstand plaatsvinden. Deze verwachting sluit aan bij die van Nederlandse werkgevers. Uit gezamenlijk onderzoek van ondernemersnetwerken blijkt dat veel bedrijven denken dat hun personeel nog maar twee tot drie dagen op kantoor zal werken.

FILEZWAARTE

Wordt dit hybride werken een gamechanger voor mobiliteit? Uit verschillende onderzoeken blijkt dat een afname van autoverkeer met 10 tot 20% voldoende is om files substantieel terug te dringen. Door spitsmijden financieel te belonen, werd tien jaar geleden het verkeer bij een proef op de Nijmeegse Waalbrug met 8% teruggedrongen. Dat leidde tot aanzienlijk minder files bij deze destijds beruchte bottleneck.
De lockdown zorgde vorig jaar voor zo'n experiment op nationale schaal. Zonder beloning maar met vergelijkbare resultaten. De 8% van Nijmegen werd in september 2020 ook gehaald ten opzichte van een jaar eerder. Over heel vorig jaar nam de filezwaarte – lengte maal duur van alle files – met ruim 60% af.

TERUG NAAR HET OV?

Naast het beperkende effect van verplicht thuiswerken was er ook een tegengestelde ontwikkeling. Voor mensen die wel op weg gingen, was het ov vaak geen aantrekkelijk alternatief. Zij kozen liever voor de 'veilige' auto. Als corona onder controle is, zal een deel van deze reizigers weer overstappen naar het ov. Het autoverkeer neemt hierdoor af. De mate waarin is echter lastig te voorspellen. Per 14 juni heeft de NS weer een normale dienstregeling. Maar president-directeur Marjan Rintel gaf in het FD aan dat het nog jaren zal duren voordat reizigersaantallen weer op het niveau van topjaar 2019 liggen.

PIEKMOMENTEN

Dat de verwachte stijging van thuiswerken op bepaalde dagen zorgt voor 10% minder autoverkeer lijkt realistisch. De filedruk neemt dan substantieel af. Maar er zullen ook momenten zijn met dezelfde of wellicht zelfs meer drukte op de weg. Dinsdag en donderdag zijn nu al favoriete werkdagen met veel verkeer. Als medewerkers elkaar op vaste dagen op kantoor willen treffen, zullen deze piekmomenten zeker niet minder druk worden.

ADEMPAUZE

Vraag is wat de gevolgen van hybride werken zijn voor de benodigde capaciteit van het wegennet. Zijn alle voorgenomen uitbreidingen nog wel nodig – denk bijvoorbeeld aan de omstreden verbreding van de A27 bij Amelisweerd? Doen alsof corona geen impact heeft en alle eerdere besluiten ijzerenheinig uitvoeren, is niet verstandig. Wat is mis met een adempauze, een tijdelijke pas op de plaats om uit te vinden hoe het nieuwe normaal eruitziet qua werklocaties en mobiliteitsgedrag? Op basis van deze kennis kan dan gericht worden geïnvesteerd.

LWV ALS INSPIRATIEBRON VOOR WERKGEVERSORGANISATIE VNO-NCW EN MKB NEDERLAND

HUUB NARINX: WE MOETEN HET SAMEN DOEN

De werkgeversorganisaties VNO-NCW en MKB Nederland presenteerden onlangs onder de titel ‘Ondernemen voor brede welvaart’ hun toekomstvisie. Basis vormt het Rijnlandse model met de nadruk op duurzaamheid, inclusie en innovatie. “Precies de waarden zoals we die in Limburg al jaren koesteren”, zegt Huub Narinx, directeur van de Limburgse Werkgevers Vereniging (LWV). “Mooi om te zien dat ondernemend Nederland die nu ook omarmt.”

De ondernemersorganisaties gebruikten de coronacrisis onder andere om eens goed na te denken over de strategie voor de komende tien jaar. Daarbij werd input opgehaald bij alle aangesloten, regionale verenigingen zoals de LWV. Dit leidde bij VNO/NCW tot een nieuwe middellange termijn visie met aandacht voor verdienvermogen, duurzaamheid, inclusie en innovatie. De belangrijkste uitgangspunten voor de toekomst.

NIET VERBAASD

Huub Narinx kwam geen verrassingen tegen in de lijst. “Nee, integendeel”, zegt de vier jaar geleden aangetreden directeur van de LWV. “Wij hebben in 2019 al onze missie goed tegen het licht gehouden en vertaald in drie concrete hoofdstukken. Met onze expertisecentra Arbeidsmarkt&Onderwijs, Duurzaamheid&Innovatie en Infrastructuur&Ruimte spelen we in op de grote vraagstukken van deze tijd. In de visie van onze moeder-

Tekst: Jos Cortenraad

vereniging VNO-NCW en MKB Nederland zien we die nu terug. Natuurlijk is dat niet alleen onze verdienste, maar tijdens de verschillende overleggen en inspraakrondes hebben we onze standpunten wel breed kunnen etaleren. We kregen veel bijval, dus ik ben niet verbaasd dat we die nu terugvinden in de beleidsplannen."

RIJNLANDSE MODEL

Het meest verguld is Huub Narinx nog met de keuze voor het Rijnlandse model. "Het model van samenwerking, met goed werkgeverschap, aandacht voor educatie en duurzame relaties. En een duidelijke rol voor de overheid. Uiteraard is Limburg door de ligging tegen de Duitse grens beinvloed door het Rijnlandse model, maar we hebben hier ook veel goede ervaringen met de samenwerking tussen overheden, kennisinstellingen en bedrijfsleven. Kijk naar de Brightlands Campussen en met name naar de Greenport Campus in Venlo die een grote rol speelt bij de ambities om Gezondste Regio van het land te worden. Ik ben van mening dat intense samenwerking tussen alle partijen een must is als we de grote uitdagingen van de komende jaren het hoofd willen bieden. In Den Haag is dat besef nu ook heel duidelijk."

SAMEN INVESTEREN

De LWV-voorman doelt in eerste instantie op de energietransitie om de klimaatverandering te stoppen. "We moeten overschakelen naar duurzame energiebronnen en die ook nog eens betaalbaar houden. Circulariteit is hot. Meer spullen recyclen, van afval grondstof maken, verantwoord produceren én consumeren. De bal ligt nadrukkelijk bij het bedrijfsleven en de burgers. Ondernemers krijgen regels opgelegd, moeten doelen halen. Zeker, dat vergt offers en investeringen. Maar het heeft geen zin om daar als een soort ondernemersvakbond tegen te ageren. Juist niet. Wij moeten het doen: zorgen voor een leefbare wereld voor de komende generaties. Maar de overheden moeten ook investeren, faciliteiten scheppen en aanjagen. Niet met straffen, maar met beloningen. Zo werkt het Rijnlandse model. Mooi voorbeeld hier in Noord-Limburg is de pilot met verduurzaming van bedrijventerreinen in Venlo. Fabrieksdaken worden dichtgelegd met zonnepanelen, er wordt vergroend tegen hittestress en er wordt regenwater opgevangen om te gebruiken in droge tijden. Een project waarbij tientallen partijen betrokken zijn."

IEDEREEN KANSEN

Behalve de nadruk op de energietransitie focust de LWV, net als VNO-NCW, op 'eerlijk werk en een duurzame economische groei'. "Iedereen moet de kans krijgen om te werken tegen een eerlijk salaris", aldus Huub Narinx. "Dat geldt ook voor mensen met een beperking en migranten. Ik pleit voor inclusiviteit, kansen voor iedereen. Te veel mensen krijgen die kans niet en zitten werkloos thuis op de bank. Dat is naar voor hen, maar ook voor onze economie. We hebben iedereen nodig, zeker in sectoren als de logistiek en de industrie. Niet iedereen weet dat het in Noord-Limburg wemelt van wereldmarktleiders in diverse industrieën. Het is een van de grootste logistieke knooppunten van West-Europa. Willen we verantwoord en duurzaam blijven groeien, dan zal het arbeidspotentieel benut moeten worden. Werknemers en werkgevers moeten investeren in scholing, in bijblijven. Ook hier zien we een overheid en kennisinstellingen die mee-investeren. Bij ons komen die lijntjes samen in het Expertisecentrum Arbeidsmarkt&Onderwijs. Afgelopen maand nog hebben we vijf miljoen euro subsidie toegezegd gekregen voor ons heren bijscholingsproject Limburg Leert. Het is een gezamenlijke verantwoordelijkheid."

SLIMME MOBILITEIT

Investeren in bereikbaarheid en mobiliteit blijft een belangrijk speerpunt voor de LWV, terugkerend in het in expertisecentrum Infrastructuur&Ruimte. "Ook door de werkgeversverenigingen duidelijk benoemd", stelt Huub Narinx vast. "Het gaat niet om nieuwe wegen, wel om slimme mobiliteit. Het koppelen van modaliteiten weg, water en spoor. Omschakelen naar elektrisch vervoer en schone technologieën. Onmisbaar als we de transitie naar duurzaamheid willen maken en toch een boterham blijven verdienen. Als we die brede welvaart willen garanderen. En ik herhaal het nog een keer: we moeten het samen doen. Als LWV brengen we de partijen bij elkaar, verbinden we ondernemers en ondersteunen we met kennis."

www.lwv.nl

De ID.4

onze volledig elektrische SUV

Vanaf € 39.290*

Bekijk hier alle voorraad

De ID.4 combineert moeiteloos de ruimte en het comfort van een SUV met het duurzame karakter van een elektrische auto. Technische snufjes, vernieuwend design: het ontbreekt je aan niets in de ID.4. Wedden dat je niks anders meer wilt?

wealer
mobiliteit voor iedereen

Terhoevenderweg 100, Heerlen
Bergerweg 67, Sittard
Jagerstraat 14, Roermond
Celsiusweg 5, Venlo

www.wealer.nl

* Vanafprijs is inclusief btw, bpm, rijklaarmaakkosten, recyclingsbijdrage en leges.

Bescherm uzelf en uw omgeving!

**Om uzelf en uw omgeving te beschermen tegen schadelijke bacteriën en virussen is desinfecteren alleen niet genoeg. Een effectieve desinfectie begint namelijk met een goede reiniging.
De schadelijke micro-organismen zitten vaak verstopt onder een laag van organische vervuiling. Door te desinfecteren zonder eerst te reinigen, is het dus lastig om deze micro-organismen te bereiken. Met een goede reiniging verwijdert u vervuilingen zoals stof, vet en vuil waardoor de onderliggende bacteriën en virussen beter bereikbaar worden voor het desinfectiemiddel.**

Hygiënisch reinigen

met een alcoholbasis gebruiksklare sproeireiniger voor het dagelijks onderhoud van licht vervuilde oppervlakken. Toepasbaar op waterbestendige materialen: tafels, stoelen, ramen, deuren, bureaus, spiegels, vitrinekasten, tegels enz.

- Droogt streeploos op
- Verwijdert vingerafdrukken en vervuilingen snel en effectief
- Zuinig in gebruik en met een frisse geur
- Volledig biologisch afbreekbaar

Desinfecteren

met Tevan Panox 300, een desinfectiemiddel op basis van waterstofperoxide en perazijnzuur met een erkende CTGB toelating voor gebruik tegen virussen. Het is een milieuvriendelijk product met als enige residu water en zuurstof.

- Doodt bacteriën, schimmels en virussen
- Voor interieur, vloeren en waterresistente oppervlakken
- Brede werking met een korte inwerktijd
- Geen naspoeling nodig en milieuvriendelijk

Wilt u meer informatie of direct bestellen?

Tevan
Carefree Clean

Volg ons op

+31 (0)183 - 62 17 99

WWW.TEVAN.COM

Alex Klaassen, IT Risk organisatie NewDay

TERUG NAAR HET NIEUWE NORMAAL?

Zo, corona zit er weer op. Degenen die het willen, zullen inmiddels wel gevaccineerd zijn. De meeste maatregelen zijn afgeschaft of in ieder geval versoepeld en, naast dat velen van ons zich al het verheugen op de komende versoepelde zomermaanden, is ook het denken aan het 'normaal' weer begonnen.

Wat gaat dat 'normaal' worden? Weer het 'oude' normaal of nemen we iets mee van de afgelopen periode? De meningen lopen uiteen. Niet meer naar kantoor, want dat is overkomelijk gebleken. Ook niet meer in de file om allemaal op hetzelfde moment ongeveer op dezelfde plek te zijn. Er schijnt zelfs alweer nagedacht te worden over een nieuwe belasting die de financiële tegemoetkoming te belasten die sommige werkgevers aan hun werknemers betalen. Zelf denk ik dat de mensen – althans de meesten van ons – in de kern sociale wezens zijn en dat we elkaar straks weer snel zullen opzoeken. Gelukkig maar! Ook denk ik dat veel mensen echte gewoontedieren zijn en dus ook weer snel in gebruikelijke patronen zullen belanden.

KROONJUWELEN

Op het moment van schrijven van dit stukje is het vaderdag. Vanochtend ben ik feestelijk wakkergemaakt door opgewekt gezang van vrouw en kinderen, mijn kroonjuwelen. Nog interessanter en belangrijker zijn uw 'kroonjuwelen', zoals ze ook wel worden genoemd bij het beveiligen van uw belangrijkste 'assets'. Deze belangrijkste assets zijn voor steeds meer bedrijven hun digitale informatie. We geven onderdelen daarvan de naam 'kroonjuweel' om daarmee aan te geven dat zij van enorme betekenis zijn voor bijvoorbeeld uw bedrijfscontinuïteit of uw onderscheidend vermogen vormen. Het is dus van belang juist deze 'kroonjuwelen' extra goed te beschermen. En toch zien we dat in deze periode van thuiswerken ook deze kroonjuwelen het soms zwaar hebben gehad. Ze komen steeds vaker in de verkeerde handen. Gek toch? Ik weet uit eigen ervaring als ouder dat wanneer het over mijn kroonjuwelen zou gaan, geen moeite te veel zou zijn. Zeker gek als je ziet welke soms zeer basale maatregelen grote probleem hadden kunnen voorkomen. Het is echt soms ronduit pijnlijk te zien hoe eenvoudig de weg is geplaveid naar de bewuste kroonjuwelen.

MISVERSTAND

Een hardnekkig misverstand welke ik vaak tegenkom, is dat 'kwaadwillende derden' (hackers) via de meest geavanceerde technieken 'maanden' bezig zijn om bij u binnen te komen. Wellicht een teleurstelling voor u, maar in de praktijk is het (te) vaak kinderlijk eenvoudig. Een ander veel voorkomend misverstand is dat deze kwaadwillende 'maar wat aan het experimenteren zijn'. Ook dat is niet waar. Er zitten veelal zeer professionele bedrijven achter met afdelingen, personeel, processen en procedures inclusief een helpdesk om u te ondersteunen bij bijvoorbeeld de aanschaf van bitcoins om hen te betalen. Met deze 'business' proberen derden met zo min mogelijk inspanning zo veel mogelijk geld te verdienen.

SIMPELE MAATREGELEN

Dat kwaadwillenden derden makkelijk kunnen binnenkomen, is het slechte nieuws. Het goede nieuws is dat een paar vaak simpele en weinig kostende maatregelen het hen dusdanig moeilijk maakt, dat hun kosten-baten afweging voor hen niet goed uitpakt. Middels een korte scan van één dag zijn deze risico's – en daarmee ook de mogelijke maatregelen – voor u bloot te leggen. Ik hoop dat we inderdaad dadelijk weer naar het oude normaal terug kunnen, maar wel verrijkt met een hoger digitaal bewustzijn en expliciete zorg voor ons aller kroonjuwelen. Laat dit dan maar het nieuwe normaal zijn!

newdayriskservices.nl

IS DE CRISIS VOORBIJ ALS CORONA TOT HET VERLEDEN BEHOORT?

Bijna dagelijks bereiken ons de positieve berichten omtrent het coronavirus. De IC-bezetting daalt, de maatregelen worden versoepeld, nog even en we zijn allemaal gevaccineerd. Reden om opgelucht adem te halen en met optimisme vooruit te kijken. De vraag is echter, ben je nu als ondernemer of werkgever echt door de crisis heen of gaan we nu pas merken wat de gevolgen zijn?

Als eigenaar van een landelijk stress- en burn-out bedrijf heb ik de spanning bij werknemers zien oplopen. Het thuiswerken, gebrek aan vakantie, thuisonderwijs en angst voor het coronavirus heeft veel gevraagd van ons allemaal. Toch heeft dat nog niet gezorgd voor een enorme toename van verzuim. Dit zou, zodra de crisis achter de rug is, wel eens heel snel kunnen gebeuren. En dat, is eigenlijk heel logisch.

Je kunt denken, de crisis is voorbij; opgelucht ademhalen en weer door. Maar wat zo typisch is aan de wijze waarop ons stress-systeem werkt, is dat we niet omvallen als we onze piekbelasting moeten leveren, maar juist als de stressvolle periode voorbij is. De bekende griep of hoofdpijn in de eerste week van de vakantie. Bij acute stress leven we op adrenaline. Eenmaal in rustiger vaarwater merk je hoeveel energie het heeft gekost en hoe vermoeid we daardoor zijn.

Voor een werkgever is nu dus het moment om in gesprek te gaan om te horen wat werknemers nodig hebben om op een gezonde en productieve manier het oude normaal op te pakken. De tekorten in diverse branches zijn al weer aan het ontstaan. Wees daarom zuinig op de ervaren werknemers die je al hebt!

Reinoud Prins, medeoprichter en coach, Liberi Coaching

www.liberi.nl

HET COLLECTIEF GEHEUGEN VOOR HET BEHOUD EN OVERDRAGEN VAN KENNIS

Het op peil houden van kennis en kunde is een aandachtsgebied binnen de maakindustrie. De kennis zit namelijk vaak bij oudere werknemers die over enkele jaren met pensioen gaan. Daarnaast wordt het overdragen van kennis vooral gedaan door training on the job. Het op peil houden van de kennis en kunde is geen automatisch onderdeel van veel bedrijven.

Om de kennis over te dragen op jongere medewerkers en zo te borgen hebben Experience Republic, Get Noticed, Swanenberg Hydraulic Systems en Verbi 'Het Collectief Geheugen' bedacht. Het is een strategisch simulatiespel waarbij oudere en jongere medewerkers kennisfabrieken bouwen. Ze brengen op hun eigen wijze kennis in: de oudere medewerker verklaart bijvoorbeeld een werktekening, de jongere beschrijft iets in een vlog. "Hoe meer kennis wordt ingebracht, des te beter functioneert de fabriek", vertelt Mitch Gielen van Experience Republic.

Op die speelse wijze, legt Gielen uit, wordt de aanwezige kennis vastgelegd en behouden. "En gecombineerd, zodat je wellicht tot nieuwe inzichten komt." Voor de financiering van het project werd gezocht naar een passende subsidie. Dat werd met behulp van subsidieadviesbureau TRIAS het MKBIdee. Gielen noemt de pro-actieve en efficiënte benadering van TRIAS. "Ze zijn heel betrokken, denken niet alleen mee, maar ook een paar stappen vooruit en weten precies welke vragen ze moeten stellen. Ga maar na, voor deze subsidie werden 231 aanvragen ingediend waarvan er 63 zijn gehonoreerd. Die van ons stond op plek 10. Zonder meer een prima resultaat waar alle projectpartners zeer tevreden over zijn."

Loopt u ook tegen belemmeringen aan op het gebied van de leercultuur? En wilt u deze wegnemen samen met uw partners? Tot 7 september is het wederom mogelijk om een subsidieaanvraag in te dienen. Start op tijd met de voorbereiding van uw aanvraag! Vragen? Bel 077-3560100 of mail naar info@trias-subsidie.nl

Fotografie: Kim Roufs

WAT STAAT ER EIGENLIJK IN ONS CONTRACT

Voor het sluiten van een overeenkomst heb je vaak geen schriftelijk contract nodig; de wet schrijft maar in een beperkt aantal gevallen voor dat partijen hun afspraak daadwerkelijk op papier zetten en er een handtekening onder zetten. Toch is het maken van schriftelijke afspraken eerder regel dan uitzondering.

De reden daarvoor is duidelijk. Een schriftelijk contract kun je nalezen, geeft houvast, en biedt daarom meer zekerheid over wat er is afgesproken dan een mondelinge afspraak. Je verkleint de ruimte voor discussie met de andere partij, mocht het eens verkeerd gaan en er een geschil ontstaan. Daarmee heeft het schriftelijk contract vooral waarde als 'bewijsmiddel'; afspraken die niet op papier staan, zijn in de regel maar moeilijk te bewijzen aan de hand van getuigen.

Maar soms blijkt bij geschillen dat een schriftelijk contract ook niet zaligmakend is. Wat daarbij vooral opvalt, is dat een standaard orderbevestiging of een 'purchase order' weliswaar relevante afspraken benoemt (welk product, hoeveel stuks, welke stuksprijs) en veel nadruk legt op betalingsinformatie (betalingstermijn, rente bij te late betaling) maar lang niet altijd de afspraken bevat die minstens zo belangrijk zijn. Ook worden afspraken nogal eens op een verkeerde manier verwoord.

Maar kan het kwaad? Voor de overeenkomst zelf niet. Het Nederlandse Burgerlijk Wetboek geeft in veel gevallen een sluitende regeling voor onderwerpen waar partijen zelf geen afspraak over gemaakt hebben. Maar dat wil niet zeggen dat de gevolgen positief zijn voor de partijen bij de overeenkomst.

Bij gebrek aan een juiste toepassing van algemene voorwaarden (toepasselijkverklaring, afwijzing van de algemene voorwaarden van de andere partij, én meesturen van de algemene voorwaarden) valt een deel van de voor de verkoper belangrijke invulling weg. En zonder (bijvoorbeeld) afspraak over de aflevering van producten geldt dat

de eigendom en het risico overgaat bij aflevering daarvan. Als verkoper ben je daarmee een belangrijk middel (eigendomsvoorbehoud) kwijt. Het terughalen van de producten wordt dan al lastiger, en zelfs onmogelijk als de afnemer failliet zou gaan.

Ook de risico-overgang is niet zonder haken en ogen. Dat het risico overgaat bij aflevering lijkt duidelijk, maar vaak worden producten niet door de verkoper zelf aan de afnemer geleverd maar door een vervoerder. Als de verkoper een vervoerder heeft ingeschakeld, maar de afnemer transportkosten betaalt, voor wiens risico komt dan de schade die tijdens het vervoer optreedt? Bijvoorbeeld schade door omgevallen pallets of fouten met uitladen? Is dat dan de verkoper, omdat hij de opdracht geeft aan de vervoerder? Of de afnemer, omdat hij het vervoer betaalt?

De oorzaak van dergelijke 'gaten' in de afspraken ligt vaak in het gebruik van een standaard orderbevestiging, dat door de jaren heen anders wordt ingezet door veranderde marktcondities, en daardoor niet meer past voor het doel dat het dient, namelijk bescherming van de verkoper. Ook juridische documenten vergen dus periodiek onderhoud, want voorkomen blijft beter dan genezen.

Heeft u vragen over contracten en de geldigheid ervan, neemt u dan gerust contact met ons op!

Rob de Hair
Advocaat ondernemersrecht
Voor de Zaak Advocaten

www.voordezaak.nl

VERFRISSENDE AFTRAP NA ROERIGE PERIODE

CONNECTED BIEDT ACTUELE BLIK VÓÓRUIT

Dinsdag 19 oktober kunnen ondernemende professionals uit Noord-Limburg en omgeving elkaar weer zien en spreken na een roerige periode die bij menigeen indruk heeft gemaakt. In De Maaspoort in Venlo is dan de vijfde editie van het kennis-, inspiratie- en netwerkevenement CONNECTED.

Er wordt een inspirerend programma aangeboden voor (mede)beslissers in het bedrijfsleven, onderwijs en (semi-) overheid over de meest actuele trends en ontwikkelingen die relevant zijn om succesvol te blijven ondernemen. Ook krijgt de bezoeker een blik op de vele initiatieven in Noord-Limburg.

KEYNOTE TALITHA MUUSSE

Duurzaam ondernemen is zo mogelijk nog actueler dan voorheen. De wereldwijde pandemie heeft doen beseffen dat we zuinig horen te zijn op onze planeet en dat we na moeten denken over de manier waarop we met mensen en dieren omgaan. Het thema duurzaamheid is de brede, rode draad in het programma van CONNECTED. De jonge onderneemster Talitha Muusse, die dit jaar regelmatig op de landelijke televisie haar kennis en ervaringen mocht delen, zal de bezoekers in haar keynote het belang van duurzaam leiderschap laten zien, zeker als je de nieuwe generatie medewerkers aan je organisatie wil binden. De inspirerende spreekster is tevens oprichter van het initiatief 'Blikverruimers', waarbij jong top talent de raden van toezicht en commissarissen van gerenommeerde bedrijven een kritische spiegel voorhoudt.

Naast haar keynote is er onder leiding van dagvoorzitter en interviewer Frans Pollux een vraaggesprek met Talitha Muusse volgens de 'College Tour' opzet. Daarin nemen tevens ondernemer Peter Gatzen van Deltastar Nutrients en arbeidsmarktexpert Han Mesters van ABN AMRO deel. Met het publiek gaan zij in gesprek over hun ervaringen en inzichten op het gebied van duurzaam leiderschap door jonge ondernemers en het vinden en binden van werknemers.

BREAK-OUT SESSIES

Onderdeel van het programma zijn twee rondes met break-out sessies, die in verschillende vormen worden aangeboden met een diversiteit aan thema's. Er is een workshop om actief aan de slag te gaan

met het verduurzamen van je bedrijf en verdienmodel, seminars en tafelgesprekken over cybersecurity, duurzaam ondernemen in het groene domein en technologische oplossingen voor een duurzamere werkvloer. Mediapartner Noord-Limburg Business organiseert daarnaast het interactieve forum: 'Duurzame regio: de stand van zaken' en in samenwerking met BS Morgen wordt er een 'meet & match' georganiseerd om nieuwe contacten te leggen.

TIJDIG INSCHRIJVEN!

De editie van 2019 was volledig uitverkocht, het is daarom raadzaam om tijdig kaarten te bestellen voor deze jubileumeditie op 19 oktober, die afgesloten wordt met een walking diner. Relaties van CONNECTED partners ontvangen een uitnodiging, tevens zijn er kaarten á €149 te koop. Geïnteresseerd in nieuwe contacten, ontwikkelingen in de regio en kansen voor nieuwe verdienmogelijkheden of samenwerkingsverbanden? Bekijk vanaf eind augustus het hele programma en registreer via de website www.connectedevent.nl.

HOEVE DE BOOGAARD BOORT VIA FACEBOOKGROEP CAMPERDINER NIEUWE MARKT AAN

DINEREN IN JE EIGEN CAMPER

Veel ondernemers gingen tijdens de lockdown op zoek naar andere manieren om nieuwe klanten aan te trekken. Een mooi voorbeeld hiervan is de online community Camperdiner op Facebook. Al snel na de oprichting half november 2020 groeide 'de smakelijkste verbinding tussen horeca en camper' in ledenaantal. Inmiddels vinden bijna 6.000 campereigenaars en restaurants elkaar op deze pagina. Noord-Limburg Business neemt de proef op de som en reist met een hypermoderne camper van De Camper Club af naar Hoeve De Boogaard in Geijsteren.

Eerst halen we onze camper op bij De Camper Club in Bussum. Daar ontmoeten we Ronald van Bruchem, die sinds oktober 2020 samen met Barbara Gauw en Roderick Aalbers De Camper Club runt. De camper is indrukwekkend groot - 6,99 meter lang en 2,30 meter breed - maar heeft wel een achteruitrijcamera, dus parkeren is een fluitje van een cent volgens Ronald. De camper wordt compleet uitgerust geleverd met volledige inventaris zodat je meteen ontspannen op weg kunt. "Camp & Go slow is het motto", zegt Ronald met een glimlach. "Eigenlijk is de reis er naar toe net zo belangrijk als de bestemming. De camper is hierbij een middel en de beleving staat centraal."
Het motto van De Camper Club past dan ook uitstekend bij het camperdiner. "Wat ons aanspreekt aan het hele concept is het verbindende aspect; of dit nou verbinden is met jezelf, met elkaar of met een prachtige omgeving met een fantastische lokale keuken. Met een camper als middel kom je op plekken waar je anders niet zou komen. En hoe leuk is het om na een fantastisch diner met mooie wijnen, heerlijke neer te strijken op je bed in je hotelkamer op wielen?"

GELUKSVOGELS

Volgens Ronald zijn wij echte geluksvogels met restaurant Hoeve De Boogaard in Geijsteren als bestemming, dat al negen jaar het domein is van horecapaar Jan en Anita Cremers. Het landgoed waar het restaurant zich bevindt, is vandaag de dag nog altijd in bezit van de adellijke familie Weichs de Wenne. De woningen van de familie op het landgoed en in het dorp zijn te herkennen aan de zwart-witte luikjes, die al snel opdoemen wanneer we komen aanrijden met onze camper. Anita heeft ons welkom en vertelt dat het restaurant één van de eerste horecagelegenheden was die tijdens de tweede lockdown is begonnen met het camperdiner. "We ontdekten de Facebookgroep Camperdiner doordat we getagd werden door gasten die bij ons hadden gegeten", blikt ze terug. "Het bleek een zeer actieve Facebookgroep te zijn." Al snel besloten Anita en Jan ook een camperdiner te organiseren en dit bleek een schot in de roos. "Een tijdlang was het vanwege alle coronamaatregelen niet mogelijk om bij ons in het restaurant te eten. Mensen vonden het een fantastisch alternatief. Zo konden ze vanuit hun eigen camper toch van onze gerechten genieten. We waren altijd wel al een beetje in de weer met social media, maar de Facebookgroep Camperdiner zorgt ervoor dat we een compleet nieuwe markt aanboren. Gasten laten het hier bijvoorbeeld zien als ze een fijne avond bij ons gehad hebben en wij kunnen een bericht plaatsen als we nog plek hebben.

Fotografie: Bibi Neuray van Photo Republic.

We zijn er heel trots op dat we hoog in de ranking staan."

ZUID-FRANKRIJK

De reden waarom restaurant Hoeve De Boogaard zo goed scoort, ontdekken we al snel wanneer we plaatsnemen onder de luifel van onze camper aan ons eigen tafeltje. We starten het diner met een glas champagne en diverse amuses die oog- en tongstrelend zijn. We continueren het diner op het prachtige terras van het restaurant waar je je in Zuid-Frankrijk waant. Een romantische binnenplaats, sfeervolle lampjes, laaghangende bladeren; alles is aanwezig om je even een vakantiegevoel te geven. Diverse kunstwerkjes aan gerechten passeren de revue zoals pasta met lamsoor, oesterblad, tomaat en kreeft, waarbij kaas geschaafd wordt van een reusachtige Parmezaanse kaas. Een waar schouwspel.

"DE FACEBOOKGROEP CAMPERDINER IS EEN MOOI VOORBEELD VAN HOE ONDERNEMERS EEN COMMUNITY BOUWEN."

De kaart is heel verrassend en toont ook oriëntaalse invloeden zoals een mooie pastilla met rendang, gegrilde lam met pruim, abrikoos, pompoen en courgette. Het paradepaardje van de avond is wat ons betreft echter het dessert dat bestaat uit rabarber met framboos, aardbei, zoete wortel, limoengras, rode ui en munt. Hier komen zoveel smaken samen dat het een ware smaakexplosie is. De wijnen die we erbij geserveerd krijgen, completeren het geheel uitstekend. Het is superfijn dat we vanavond niet naar huis hoeven te rijden, maar gewoon in onze camper kunnen overnachten. Een soort hotelkamer op wielen. De bedden achterin zijn langer dan twee meter en de camper heeft een moderne douche/wc combinatie een uniek hefbed voor wanneer je met je kinderen op pad bent.

MEERWAARDE

Na genoten te hebben van een uitgebreid ontbijt bij onze camper, maken we nog even een praatje met onze overburen die ook met een camper neergestreken zijn bij restaurant Hoeve De Boogaard voor het camperdiner. Zij waren hier al eerder, toen alle regels rondom corona nog veel strenger waren. "Wat was dat een cadeautje toen we door middel van een camperdiner toch weer uit eten konden in februari van dit jaar", blikt Wilma Janssen uit Venlo terug. "De regels waren toen nog behoorlijk streng; het eten en drinken werd voor je klaargezet zodat er echt geen contact was tussen de bediening en de gast. Ondanks de beperkingen was alles zo op en top geregeld dat het voor ons voor herhaling vatbaar was. De sfeer is hier heel ontspannen en het eten is voortreffelijk. Ook deze keer hebben we weer een fijne avond gehad. Je ervaart een gevoel van vrijheid doordat je met de camper bent en niet naar huis hoeft te rijden zodat je toch een wijntje kunt drinken. Bovendien kom je op plekken waar je anders niet snel zou komen. Zo waren wij eigenlijk helemaal niet bekend met de omgeving hier. We zullen de Facebookgroep absoluut blijven volgen de komende tijd, want zo komen we nog eens op ideeën. Alhoewel het er naar uitziet dat de regels voor de horeca weer strenger worden, mag je op dit moment weer binnen in de restaurants eten. Toch heeft het camperdiner voor ons nog steeds een absolute meerwaarde."

ARNO LUBRUN,

COUNTRY MANAGER VAN FACEBOOK BENELUX OVER CAMPERDINER

"Met onze platformen bieden we bedrijven een makkelijke manier om een digitale stap voorwaarts te maken in tijden dat offline klantencontact beperkt is. Dat kan door gerichte advertenties, maar natuurlijk ook door gebruik te maken van communities op Facebook. In Nederland bijvoorbeeld zijn sinds het begin van de coronacrisis ruim zes miljoen Nederlanders lid geworden van ten minste één Facebookgroep. De Facebookgroep Camperdiner is een mooi voorbeeld van hoe ondernemers een community bouwen en via dit kanaal klanten trekken, zelfs in tijden dat de horeca gesloten was."

www.facebook.com/camperdiner
www.hoevedeboogaard.nl
www.decamperclub.nl

Ronald van Bruchem, Roderick Aalbers en Barbara Gauw van De Camper Club

ONLINE COMMUNITIES

BLIJF OOK ONLINE IN CONTACT MET JE ZAKENRELATIES

Hoe houd je in tijden van corona de band met je klanten warm? Het antwoord ligt volgens digital community expert Maartje Blijleven bij het bouwen van een hechte online community. En als je dit goed aanpakt, haal je er zelfs business uit.

Onderneemster Maartje Blijleven houdt zich al 21 jaar zeer succesvol bezig met het bouwen van online communities. Volgens haar is het de perfecte manier om je werk leuker te maken en op een authentieke en sympathieke manier klanten aan je te binden. “Ondernemen draait om een product of dienst én je achterban, want zonder klanten draai je geen omzet. Een online community is een ideale manier om je producten en diensten te promoten en tegelijkertijd met je achterban in contact te blijven. Wanneer je klanten en andere ambassadeurs lid worden van je online community kun je relevante content zoals tips, tricks en inspiratie met betrekking tot je eigen vakgebied bieden. Hierdoor houd je hun aandacht vast en de band warm. Door te vragen waar zij behoefte aan hebben, kun je zo’n community bovendien inzetten als marketing research tool voor

je producten en diensten. Vraag aan de leden van je community waar ze tegenaan lopen en voor welke problemen ze een oplossing zoeken. Op basis van die informatie ontwikkel je het perfecte product. En omdat je je leden betrokken houdt, is het bovendien een stuk makkelijker om omzet te genereren. Die leden van je groep zijn elk een warme lead waar je op een sympathieke manier mee communiceert. Het is bovendien een goed alternatief voor of aanvulling op online adverteren, dat sinds de uitbraak van de coronacrisis een stuk duurder geworden."

FACEBOOK

Hoewel het bouwen van een online community veel voordelen biedt, staat dit fenomeen in Nederland nog in de kinderschoenen. Om inzicht te krijgen in de aanpak en de gebruikte platformen van ondernemers die dit wel hebben opgepakt, deed Maartje onderzoek onder ruim 3.000 ondernemers die werken met communities in hun bedrijven. "Uit de Community Monitor bleek dat social media de meest geliefde platformen zijn. Facebook, en dan met name de groepen, is verreweg het meest populair. Je kunt er makkelijk en snel tien miljoen mensen mee bereiken, waarvan acht miljoen mensen lid zijn van een actieve Facebookgroep. Bovendien heeft Facebook vier jaar geleden diens missie aangepast en wil het platform communities faciliteren. Een Facebookgroep biedt veel mogelijkheden om een relatie met opdrachtgevers en leden op te bouwen door te luisteren, vragen te stellen (en iets met de antwoorden te doen) en relevante content te delen. Daarnaast kun je informatie structuren en leden zelf informatie laten delen. De afgelopen tien jaar draaide het allemaal om de mooiste foto's met zo veel mogelijk filters. Nu willen mensen oprechte verbindingen aangaan en wordt het gewaardeerd als je kwetsbaar durft te zijn. Bovendien kun je op het platform je eigen online events hosten. Mirjam Hegger organiseerde bijvoorbeeld in april een Podcast Summit via een livestream via Facebook."

STORIES

Na Facebook zijn LinkedIn en Instagram het meest populair, al zitten daar wel nadelen aan. "Instagram en LinkedIn draaien meer om zenden dan de dialoog aangaan. De gewone bedrijfspagina's zijn als het ware een etalage van je winkel en laten zien wie je bent en wat je doet. Maar juist in de groepen worden de gesprekken gevoerd en kom je in contact met mensen. Die groepen heb je ook op LinkedIn, maar in tegenstelling tot Facebook heeft LinkedIn daar niet in geïnvesteerd waardoor het lastiger is om op dit platform een groep te activeren. Wel kun je eventueel LinkedIn Stories en Instagram Stories gebruiken om vragen te stellen, je volgers hun mening te laten geven en te reageren. Maar het grote nadeel is dat leden niet zelf iets kunnen posten."

CLUBHOUSE

Ook het nieuwe fenomeen Clubhouse komt in het onderzoek van Maartje aan bod. 6% van de ondervraagde ondernemers is op deze app actief. "Clubhouse is relatief nieuw, maar de groeiende populariteit verbaast me niet. Het is een mooie manier om mensen met elkaar te verbinden. Mensen missen de live gesprekken met nieuwe contacten. Tijdens zakelijke bijeenkomsten zoals netwerkevenementen draait het niet alleen om de kennis, maar ook om het uitbreiden van je netwerk en het delen van ervaringen. Ondernemers willen ervaringen delen en hoe anderen met bepaalde issues omgaan. Dat soort gesprekken verlopen toch heel anders via

Fotografie: Marinke Davelaar

Zoom. Ook die spontane gesprekken in het koffietentje op de hoek waren de afgelopen maanden met gesloten horeca en de avondklok niet mogelijk. Mensen voelden zich eenzaam. Via Clubhouse, waarvoor je alleen een iPhone nodig hebt, kom je meteen in contact met like minded people."

EIGEN SESSIE

Als je Clubhouse als communityplatform wilt inzetten, kun je dit het beste op persoonlijke titel doen als medewerker of visitekaartje van het bedrijf. "Clubhouse draait om het voeren van leuke gesprekken over bepaalde onderwerpen. Wil je bijvoorbeeld een sessie organiseren over hoe je in tijden van covid-19 toch winst kunt maken, dan plan je gewoon een room in, vraag je twee gesprekspartners en ga je het gesprek aan. Je sessie kun je eventueel promoten via je website, social media kanalen of je nieuwsbrief. Een ICT-bedrijf kan bijvoorbeeld een sessie organiseren over de beveiliging van de systemen nu er zoveel thuis wordt gewerkt. En dan mag je ook best even vertellen wat voor tool je daar zelf voor hebt ontwikkeld. En mocht je een interessante whitepaper hebben, dan kun je die aan het einde van het gesprek even promoten door de aanwezigen te wijzen op het linkje in het profiel. Of vraag hen om een DM via Instagram of Twitter te sturen (deze accounts kun je koppelen aan Clubhouse, red)."

VERMIJD DE MONOLOOG

Maartje waarschuwt om tijdens een Clubhouse-sessie geen monoloog af te steken. "Het gaat om interactie, dus neem vijf tot tien minuten de tijd om het onderwerp te introduceren en ga dan de interactie met je bezoekers aan. Een advocaat kan bijvoorbeeld ingaan op ontslagrecht, drie tips geven en vervolgens aan het publiek vragen bij wie dit onderwerp speelt. Op basis van je gesprekken en antwoorden komt je expertise vanzelf aan bod. Je kunt ook een hotseat sessie organiseren waarbij je een case inhoudelijk bespreekt. Dat kan een praktijkvoorbeeld zijn van die ene ondernemer die jij graag als klant wil en die zo een gratis advies op maat ontvangt. Die persoon zal dan sneller geneigd zijn om zijn of haar opdracht bij jou neer te leggen. Maar het kan ook een bestaande klant zijn die in zwaar weer zit en niet veel financiële middelen heeft. In ruil voor het bespreken van diens casus tijdens een sessie op Clubhouse, krijgt deze alsnog advies en horen anderen hoe jij te werk gaat."

Maartje Blijleven

EIGEN PLATFORM

Ten slotte zijn er ondernemers die een eigen platform ontwikkelen om daar hun online community op te starten. "Dit kan een website zijn of een speciaal forum. Het grote voordeel is dat je niet afhankelijk bent van platforms en de veranderingen die zij doorvoeren. Er zijn diverse plug-ins beschikbaar om je website van forumsoftware te voorzien zoals BuddyBoss in combinatie met LearnDash voor Wordpress-websites. Andere voorbeelden van plug and play platforms zijn Huddle, Circle en Mighty Networks. Deze werken met betaalbare abonnementen."

WIN-WIN-WIN SITUATIE

Het opzetten en onderhouden van een online community kost tijd maar wie dit slim aanpakt, creëert volgens Maartje een win-win-win situatie. "Ik ben zelf een groot voorstander van slim omgaan met tijd. Online communities bieden voordelen voor elke partij die erbij betrokken is. Je leden ontvangen relevante kennis en content, je bedrijf krijgt inzicht in diens doelgroep en kan diens aanbod daarop aanpassen en als communityleider worden je zichtbaarheid en expertstatus onderstreept. En daar komen uiteindelijk vanzelf nieuwe opdrachtgevers uit voort."

Maartje Blijleven (1979) is auteur van de #1 Managementboek bestseller We love communities, veelgevraagd keynote speaker en digital community expert. Ze bouwt al twee decennia aan succesvolle online communities, voor onder meer Endemol, KLM, Nationale Postcode Loterij, Heineken, Peugeot, Schiphol, Dyson en Deloitte. Als oprichter van de Community Leaders Club en Online Community Academy, weet ze hoe je een community begint en laat groeien. Met We love communities helpt ze honderden ondernemers en professionals om succesvol te zijn met hun eigen online community.

FACTS & FIGURES
Event: Venray Big Business
Organisatie: Omzetters
Datum: donderdag 23 september
Locatie: Schouwburg Venray
Beursvloer open: 16:00 uur
Website: venraybigbusiness.nl
Entreeticket: kosteloos, registeren via beurswebsite
Meer info of vragen:
info@omzetters.nl

VENRAY BIG BUSINESS

NIEUWE ONDERNEMERSBEURS IN STARTBLOKKEN

Begin 2020 startte Robert Hoelen zijn onderneming Omzetters. De Venraynaar was in het verleden werkzaam bij Evenementenhal Venray waar hij verantwoordelijk was voor netwerkbeurs Ondernemers Vakdagen. Met Omzetters lanceerde hij vorig jaar zomer Venray Big Business, een groot nieuw ondernemersevent voor Noord-Limburg met focus op de regio Venray.

Het nieuwe concept sloeg aan en was in korte tijd uitverkocht voor standhouders. Door corona werd het echter tot twee maal toe verplaatst. Op donderdag 23 september vindt de eerste editie van het evenement plaats in de Venrayse schouwburg. Tijd voor een vooruitblik.

We spreken Hoelen twee weken na de officiële kick-off van Venray Big Business die op 1 juli plaatsvond. “Een ontzettend gave avond”, aldus de bevlogen ondernemer. “Met de exposanten hebben we die avond vooruitgeblikt op de beurs en alvast onderling genetwerkt. Je merkt aan alles dat ondernemers weer toe zijn aan live events. Het zo mooi om te zien dat alles dan weer samen komt en al snel weer helemaal normaal voelt. We zijn er ook zo aan toe.”

NIEUW CONCEPT

Venray Big Business is een eendaagse ondernemersbeurs die draait om (nieuwe) contacten, zichtbaarheid en beter worden als organisatie. De exposanten richten zich niet alleen op de bezoekers maar worden ook onderling met elkaar verbonden. De beurs is opgezet middels een uniforme uitstraling waarbij iedere ‘businesspartner’ een gelijke basis inrichting van de stand heeft. Verspreid over vier verschillende ruimtes staat een breed scala aan bedrijven, voornamelijk uit de regio Venray. Iedere ruimte in de schouwburg kent een andere uitstraling en bezoekers lopen een vaste route. Het evenement stond in eerste instantie gepland op 25 maart en reeds in januari was het volledig uitverkocht voor standhouders. Door corona werd een verplaatsing naar juni noodzakelijk, maar dat bleek niet veel later ook niet haalbaar. Frustrerend uiteraard, zeker ook voor Hoelen. “Maar het is niet anders en de deelnemers tonen ook alle begrip. De ‘vibe’ is er ondanks alles goed in gebleven en iedereen kijkt reikhalzend uit naar 23 september.”

PROGRAMMA

Maar wat mogen bezoekers verwachten? Het idee van Venray Big Business is dat niet alleen exposanten beter worden als organisatie, maar de bezoekers ook. Uiteraard door het leggen van contacten en netwerken, maar ook door het lezingenprogramma. Het theater van de Venrayse schouwburg wordt omgedoopt tot de ‘Mainstage’. Hier pakken de premium partners van het evenement uit met mooie verhalen die jou als ondernemer echt verder brengen.
Als de beursvloer gesloten is, is het tijd voor de Venray Big Business ‘eindshow’. Jos Burgers zal dan zijn opwachting maken. Deze expert in klantgerichtheid zal met veel humor de avond afsluiten, waarna een grote netwerkborrel plaats zal vinden.

PLANNEN

Hoelen heeft veel plannen voor de toekomst. “Venray Big Business smaakt duidelijk naar meer. Op dit moment wordt de laatste hand gelegd aan een concept voor een andere regio. Dat maak ik spoedig bekend.”

BLOG VAN RENÉ LUIJTEN

DE KRACHT VAN HERHALING

"VERDORIE, WAAROM REAGEER JE NIET OP MIJN BERICHTJE?"

Dat netwerken sinds mensheugenis al bestaat, dat weten we allang. We doen het immers overal; thuis, op het werk, bij vrienden, de sportclub…zo kan ik nog wel even doorgaan. Wat doen we dan eigenlijk? Precies, communiceren over en weer, onder andere ervaringen met elkaar delen. Maar in deze huidige tijd doen we dat niet alleen meer via persoonlijk contact. Je raadt het al; social media speelt een steeds grotere rol in het leggen van contacten en het delen van content. Natuurlijk is het ontzettend leuk als je een goed contact hebt.

We zijn allemaal gevoelig voor aandacht, dat men reageert en dat er naar je geluisterd wordt! Maar… het kan ook zomaar gedaan zijn met een goed contact! Ja, je begrijpt waar ik naar toe wil, een goed contact moet wederkerig zijn. Komt het maar van één kant, dan zal aan het contact en aan 'de relatie' snel een einde komen. Iedereen kan wel een voorbeeld noemen in zijn of haar netwerk. Juist die wederkerigheid is mijn inziens de basis van de herhaling, dus het regelmatig onderhouden van het contact! Herhaling resulteert in waardevolle relaties, je relatie nog beter leren kennen. Om in netwerktermen te blijven… nog meer voor elkaar kunnen betekenen!
Ja, vul maar in!

TIPS VOOR HET LEGGEN VAN WAARDEVOLLE CONTACTEN

1. Actief luisteren, je doet je best om je in de ander te verplaatsen. Tevens let je ook op de non-verbale communicatie en je reageert op een passende manier.
2. Oprechtheid en respect tonen; beide zijn belangrijk voor het vertrouwen in elkaar.
3. Oprechte aandacht; geef elkaar de ruimte en de tijd om naar elkaar te luisteren.

René Luijten – BS Morgen
Passie voor ondernemen | inspirator moderator | sparringpartner

AGENDA

- 23 juli Golf Baarlo
- 27 augustus Golf Baarlo
- 31 augustus Young meeting
- 3 september Café van Morgen
- 9 september MasterTable MKB + ZZP
- 10 september Meet&Match12
- 10 september Golf Hoenshuis
- 16 september Meet the Company
- 17 september We Meet Online
- 23 september Meet&Match50
- 24 september Golf Baarlo
- 1 oktober Jaarevent

Zie ook bsmorgen.nl

MASTERTABLE MKB + ZZP UITGELICHT

VERDIEPEND PROGRAMMA OP ACTUELE THEMA'S EN OP SPECIFIEKE, GELIJKWAARDIGE KENMERKEN

De MasterTable Groep is voor ondernemers, beslissers en management uit het mkb en apart voor zzp. Het zijn een zestal bijeenkomsten op basis van gemeenschappelijke behoeftes, kenmerken of specifieke onderwerpen zoals personeel, leiderschap of innovatie. Deze bijeenkomsten gaan echt de diepte in op het onderwerp. De onderwerpen komen voort uit de behoeftes van de community en deels vanuit de kennis en ervaring van BS Morgen en Workteam. In het najaar hebben we wederom een drietal actuele onderwerpen op het programma staan.

Meer info www.bsmorgen.nl

SOCIAL MEETINGS VAN BS MORGEN

Naast de reguliere bijeenkomsten Meet the Company, Meet & Match, Meet the Expert en MaterTable, organiseert BS Morgen Social Meetings voor de leden en relaties van BS Morgen. Voorbeelden zijn het maandelijkse Café van Morgen, de jaarlijks terugkerende Golfdag, een eigen Golf Sociëteit, de ZomerExperience en Jaarevent waarbij we het echt helemaal anders doen. Onze Social Meetings zijn steeds de basis voor Maatschappelijk en

Sociaal bijdragen, veel inspiratie, informele fijne contacten en gezelligheid.

GOLF VERBINDT

Eén keer per jaar organiseert BS Morgen een Golfdag voor haar leden en relaties. Daarnaast hebben we onze eigen BS Morgen Golf Sociëteit met inmiddels ruim twintig leden en spelen we een eigen golfcompetitie op basis van negen holes. Onze clubhuis is Golfbaan de Berckt Baarlo en regelmatig spelen we ook op een gast golfbaan. We kijken terug op een

geslaagde achtste editie en inmiddels een traditie die niet meer is weg te denken.

AFSLUITING EERSTE HALFJAAR MET ZOMEREXPERIENCE OP 15 JULI

Na het succes van het vorig jaar waren we opnieuw te gast bij Roel en Lean Groetelaers van De Kei, 't Trefpunt en Lindenhof. Dit keer gingen we wandelen in de prachtige natuur, bezochten we inspirerende plekjes in Geijsteren en gingen we cultuursnuiven. Onderweg volgden er op meer plaatsen verrassingen op gebied van kunst, muziek, literatuur en heerlijke hapjes en drankjes,

ONDERNEMERS VAN MORGEN

morgen
business sociëteit

ZO WORD JE AANTREKKELIJKER VOOR KLANTEN

Is er een snelle en relatief eenvoudige manier om meteen je aantrekkingskracht op (potentiële) klanten te vergroten? Ja, en ik ga je die nu laten zien, of beter gezegd laten ervaren. Want al je zintuigen komen hierbij in actie.

ABSTRACTE PRIETPRAAT

Dit artikel vraagt een leestijd van amper vijf minuten en die kunnen je inzicht in hoe je klanten benadert, interesseert én overtuigt voorgoed veranderen. En een mooie bijvangst is dat het meteen einde oefening is voor alle abstracte prietpraat die je vaak aan de managementtafel hoort. De verhalen over missies, visies en strategieën. Meestal blijven die beperkt tot containerbegrippen zonder betekenis en bezieling. Zoals De klant centraal. Of: *Wij streven naar zelfsturing en een betere interne en externe communicatie, om zo de co-creatie met onze stakeholders naar een hoger niveau te brengen.*

VALKUIL

Word jij hier als lezer warm of koud van? Precies. Maar hoe dan wel? Wat maakt dat er straks wél iets gevoeld wordt als het over een missie of een visie gaat? De vaste lezers van mijn artikelen weten dat ik het vaak heb over menselijk gedrag en de oorsprong van dat gedrag. Die zit letterlijk in onze natuur, namelijk in ons brein. Mijn stelling is daarom: een ondernemer, manager of projectleider die niet een heel klein beetje kennis heeft van menselijk gedrag of neurowetenschap doet zichzelf en het bedrijf tekort. Want dan trap je al snel in een grote valkuil. Welke dat is ga ik je zo vertellen.

BANANENEXPERIMENT

Eerst een kleine oefening. Mijn inmiddels beproefde 'Bananenexperiment.' Lees de onderstaande twee teksten. Afkomstig van twee verkopers die jou een banaan proberen te verkopen. De vraag die ik je na afloop wil stellen is dan: welke verkoper spreekt jou het meest aan en waarom?

Verkoper A.
"Ik ben al achttien jaar actief in de bananenbusiness en heb daarvoor de hele wereld rondgereisd. Het is echt mijn passie. Ik en mijn team bedienen vooral de kleine en middelgrote supermarkten en we kunnen dagelijks heel voordelig bananen leveren van de allerbeste kwaliteit, omdat we een goed netwerk hebben en beschikken over de meest geavanceerde logistieke middelen. Wij werken kleinschalig en hebben korte lijnen met onze leveranciers en klanten. Ook hebben we hele efficiënte methoden om de lokale oogst in een korte tijd te kunnen doen. Zo krijg je maximale versheid razendsnel in de schappen. Wil je één van onze bananen kopen? Deze kost slechts 30 cent. Als je meteen een kilo afneemt betaal je 90 cent."

Verkoper B.
"Drie jaar geleden ben ik in Colombia gestart met een project, waarbij ik kansarme mensen aan een beter bestaan wilde helpen. Eén van hen was Alberto. Toen ik hem leerde kennen woonde hij in een krottenwijk van Bogotá, was hij verslaafd aan harddrugs en net gescheiden. Zijn kinderen wilden hem niet meer zien. Alberto kreeg in het project een strook grond van tien bij vijftien meter ter beschikking. Zijn droom was om fruit te verbouwen. Ik ben er trots op dat ik je nu een banaan mag aanbieden, afkomstig van zijn stukje land. Gerijpt onder de Zuid-Amerikaanse zon, zoeter dan de meeste andere bananen en rijk aan gezonde vitaminen en mineralen. Hier, ruik maar eens en kijk naar die prachtige kleur. De banaan kost 90 cent en de helft ervan gaat naar Alberto.

Het is nu misschien een retorische vraag geworden maar toch: wiens banaan zou jij kopen en waarom?

WAAROM

Het bananenexperiment laat zien waar veel bedrijven en instellingen de mist ingaan, op het moment dat ze hun (potentiële) klanten benaderen en proberen te overtuigen van hun producten of diensten. Zij vertellen vooral wat ze doen en hoe ze dat doen (zoals verkoper A) maar niet of nauwelijks waaróm ze het doen (zoals verkoper B).
Wat er dan gebeurt, is dat ze vooral het bewuste deel van het brein van de klant aanspreken. Een strategie die niet zo goed werkt, omdat het bewuste deel van het brein meestal niet de beslisser is, als we een keuze maken. De echte beslisser is in de meeste gevallen namelijk het onbewuste deel van ons brein, oftewel het oerbrein. In dit deel worden onder meer onze emoties gereguleerd. Achteraf zorgt het bewuste deel van ons brein ervoor dat we de onbewust gemaakte keuze wel kunnen rechtvaardigen met argumenten.

Moraal van het verhaal: als je de klant niets laat 'zien' en voelen bij jouw boodschap is de kans op succes klein. Verkoper B haalt de banaan, op zichzelf een anoniem product, uit die anonimiteit door het verhaal van Alberto te vertellen. Zo krijgt het product context en betekenis. Je gaat er iets bij voelen.

SPREEK IN BEELDEN

Wat is dus die snelle en eenvoudige methode om aantrekkelijker te worden voor jouw (potentiële) klanten? Spreek, elke keer als je het hebt over je missie, vooral nog in beelden. Roep daarmee gevoelens op bij je klanten. Laat de betekenisloze containerbegrippen achterwege.
Geef de klant context (zoals de armoedige omstandigheden van Alberto in Bogotá en zijn uitzichtloze situatie van drie jaar geleden), illustreer je missie en je visie met beelden die bijna tastbaar zijn (zoals de zoete banaan waarvan je de geur meteen mentaal kunt oproepen) en maak het persoonlijk. Verkoper B is er op die manier wellicht in geslaagd om jou een band te laten voelen met Alberto. Ons onderbewuste is erg gevoelig voor beelden en emoties. De manier waarop jij je missie en visie als bedrijf presenteert, bepaalt daarom of je dat onderbewuste weet te verleiden of te verliezen. Kortom: gaan met die banaan!

OVER DE AUTEUR

Gian Kerstges is schrijver, trainer en coach. Hij laat leidinggevenden ontdekken hoe ze innovatie op gang brengen en hun team laten groeien, zonder dat ze het daarbij zelf nóg drukker krijgen. Een hogere kwaliteit, betere samenwerking en meer werkplezier kunnen daarbij prima samengaan. Want het gaat om een paar baanbrekende inzichten en keuzes. Gian schreef er een boek over: de Moedige Manager, gepubliceerd in mei 2020.
Meer weten? Kijk op www.optimusprime.nl

Aanbevolen Locaties

1

Wereldpaviljoen Steyl

St. Michaëlstraat 6a
5935 BL Steyl
T 077 - 37 45 973
E info@wereldpaviljoen.com
I www.wereldpaviljoen.com

2

Hostellerie de Neerhof

Kasteelhof 1
5995 BX Kessel
T 077-4628462
E deneerhof@gmail.com
I www.deneerhof.nl

3

Kasteel De Keverberg

Kasteelhof 4
5995 BX Kessel
T 06 - 4577 0560
E info@kasteeldekeverberg.nl
I www.kasteeldekeverberg.nl

4

Maashof

Maashoflaan 1
5927 PV Boekend - Venlo
T 077 - 39 69 309
E info@maashof.com
I www.maashof.com

5

Landgoed De Barendonk

Millseweg 13
5437 NB Beers
T 0485-316 436
E receptie@barendonk
I www.barendonk.nl

CONGRESBUREAU REGIO VENLO VAN START

Op maandag 12 juli is het startschot gegeven voor het Venlo Convention Bureau, dat de regio Venlo gaat presenteren als de ideale bestemming voor congressen en zakelijke bijeenkomsten. Het initiatief is afkomstig van een grote groep hoteliers, evenementenlocaties en citymarketingorganisatie Venlo Partners en wordt ondersteund door de gemeente Venlo.

Marcel Tabbers van Venlo Partners: "In de compacte en historische Venlose binnenstad zijn tal van faciliteiten die uitstekend geschikt zijn voor bijeenkomsten in de zakelijke markt. Denk aan de Maaspoort, Domani, CityCinema en Limburgs Museum. Daarnaast zijn er tal van hotels waar zakelijke gasten uitstekend ontvangen kunnen worden."

Boy Haenen, projectleider van het Venlo Convention Bureau: "In Venlo en de omliggende gemeenten Horst aan de Maas en Peel en Maas zijn liefst 22 locaties bij het initiatief aangesloten. Daaruit blijkt de wens om gezamenlijk deze aantrekkelijke regio, met veel bedrijvigheid op het vlak van agro/food, logistiek, maakindustrie en toerisme nog meer bekendheid te geven. De diversiteit is groot met hotels en evenementenlocaties in het gezellige stadscentrum of het natuurrijke buitengebied, modern of historisch, groots of intiem."

Venlo Convention Bureau heeft zich ten doel gesteld binnen twee jaar 4.000 nieuwe zakelijke bezoekers te ontvangen en 2.000 hotelovernachtingen te realiseren. Kijk voor meer informatie op www.venloconventionbureau.nl.

BEDRIJVENTERREINEN VENLO SCOREN HOOG OP VEILIGHEID

Ondernemend Venlo is al vanaf 2011 in het bezit van het Keurmerk Veilig Ondernemen Bedrijventerreinen (KVO-B). Het KVO-B wordt verstrekt aan bedrijventerreinen die een goed plan van aanpak kunnen overleggen om actief bezig te zijn met het optimaliseren van alle zaken rondom 'schoon, heel en veilig' en de uitvoering van de maatregelen goed hebben geborgd. Dankzij de goede samenwerking tussen Ondernemend Venlo, Gemeente Venlo, politie, brandweer en Rabobank Noord-Limburg is Venlo hierin bijzonder succesvol.

Resultaatparticipatie

Onderdeel van de samenwerking is een overeenkomst tussen Rabobank Noord-Limburg (Interpolis) en Ondernemend Venlo. Hierdoor kunnen alle ondernemers op Venlose bedrijventerreinen profiteren van premiekortingen op verzekeringen. Daarnaast wordt er aan Ondernemend Venlo een resultaatparticipatie uitgekeerd. Begin juli hebben Ron van Helden en Luc Seetsen (Risicospecialisten Verzekeren Rabobank) en Rob van den Heuvel (Accountmanager Bedrijven Interpolis) de resultaatsparticipatie Collectief Beveiligde Bedrijven Terreinen ter hoogte van EUR 12.438,74 uitgereikt aan Lidy Rutten (Parkmanager Ondernemend Venlo) en Bas Holla (Voorzitter Parkmanagement Ondernemend Venlo). Mede door de collectieve beveiliging zoals bijvoorbeeld actieve camerabewaking zijn er minder schadeclaims te noteren en mogen de deelnemende bedrijventerreinen van Ondernemend Venlo zich tot de meest veilige van Limburg rekenen.

Enquête

Iedere drie jaar moet het keurmerk Veilige bedrijven terreinen (KVO-B) gehercertificeerd worden. Om die hercertificering te kunnen behalen, is een belangrijk onderdeel dat er een goede analyse gemaakt kan worden van de afgelopen drie jaren. Deze week ontvangen daarom alle ondernemers op Venlose bedrijventerreinen een enquête om de analyse te kunnen doen. Lidy Rutten doet hierbij een oproep aan de ondernemers: "Graag willen wij u vragen om massaal de enquête in te vullen, zodat er voldoende respons is om de hercertificering weer te kunnen behalen en wij de komende jaren de bedrijventerreinen nog veiliger kunnen maken."

DEEL JE NIEUWS MET NOORD-LIMBURG BUSINESS!

Een overname, een verhuizing, een jubileum, een uitbreiding van het team, een nieuw initiatief of een nieuw product; elk bedrijf heeft wel iets interessants te melden. Noord-Limburg Business publiceert dit graag voor je op de website! Heb je een leuk nieuwtje of een interessant idee voor een artikel, mail dit dan vooral door naar hoofdredacteur Sofie Fest via sofie@vanmunstermedia.nl.

AUTOTESTDAG NOORD-LIMBURG BUSINESS 2021

AUTOTESTDAG NOORD-LIMBURG BUSINESS 2021

DE WEG NAAR DE TOEKOMST

Nog nooit heeft de evolutie van auto's zo'n vlucht genomen als de laatste jaren en dat vormt nog maar het begin van een totale omslag naar nieuwe, duurzame mobiliteit. Hoe staat het ervoor met de ontwikkelingen? Dat konden de deelnemers aan de zakenautotestdag van Noord-Limburg Business op donderdag 24 juni uitgebreid ervaren.

Het was bijna wennen, weer eens een evenement bijwonen, na een jaar van beperkingen en onbedoeld individualisme. Op een mooie, maar gelukkig niet te warme dag verwelkomde hotel-restaurant Asteria in Venray de deelnemers met typisch Limburgse gastvrijheid. Met een uitstekende lunch als basis begonnen zij aan een dynamisch programma van testritten, met tussenstops bij Wereldpaviljoen Steyl en Kasteel de Keverberg in Kessel om van auto's te wisselen. Voor een groep van tien afgevaardigden van het bedrijfsleven in de regio betekende het beproeven van een select gezelschap actuele personenwagens enerzijds een ontspannen middag tussen de dagelijkse drukte door en anderzijds een interessante kennismaking met technologie die de weg naar de toekomst wijst. Persoonlijke mobiliteit blijft voor velen waardevol, maar krijgt wel een andere inhoud.

KRUISPUNT

Na meer dan een eeuw totale heerschappij van verbrandingsmotoren staat de auto-industrie nu op een kruispunt, aangespoord door de belangrijke maatschappelijke trend naar verduurzaming. Sommige merken richten het vizier op volledige elektrificering en geven te kennen dat ze voor 2030 volledig afscheid nemen van benzine- en dieseltechniek, andere producenten houden een wat gematigder tempo aan, met hybrides - al dan niet in een stekkervariant - als tussenstap om de consument rustig aan de overgang te laten wennen. Bepaalde fabrikanten geloven sterk in waterstof, dat voorlopig alleen zijn toepassing vindt in de vorm van brandstofcelltechnologie, waarbij na een chemisch proces toch 'gewoon' een elektromotor de wielen aandrijft. Ondertussen lijken de traditionele krachtbronnen nog niet zomaar uitgespeeld, want achter de schermen werken invloedrijke partijen als Shell aan synthetische brandstoffen, die de schadelijke uitstoot drastisch reduceren. Sterker nog, het 'groene' dieselproduct HVO is in verschillende samenstellingen

Tekst: Aart van der Haagen

van kunstmatige en fossiele bestanddelen al verkrijgbaar en steeds meer bedrijven schakelen ertoe over, zeker wanneer het gebruik van hun bestelbussen nog niet matcht met de (beperkte) mogelijkheden die elektrificering biedt.

STEEDS MEER TE BELEVEN

De verduurzaming houdt de gehele industrie continu bezig, maar daarnaast ontwikkelen auto's zich ook op andere vlakken in een stormachtig tempo. Los van modeltrends, zoals de momenteel geliefde crossovers en SUV's, tekenen zich blijvende veranderingen af. Kijk bijvoorbeeld naar de toenemende connectiviteit oftewel de mate waarin niet alleen het multimediasysteem, maar het gehele voertuig in verbinding staat met de gebruiker én met geselecteerde partijen van buitenaf. De fabrikant stuurt updates door de lucht heen, de dealer onderneemt actie bij een storingsmelding en auto's lichten elkaar en daarmee hun inzittenden in over incidenten op de weg of andere dreigende gevaren. Dit laatste past goed bij de algehele verschuiving naar een veiligheidsniveau dat het menselijk falen ondervangt. Dat gebeurt met behulp van sensoren, camerasystemen en actieve hulpmiddelen die zich kenmerken door een ongeëvenaard reactievermogen en een handelswijze die niet wordt beïnvloed door stemming en emoties. Maken al die 'beschermengelen' autorijden saai? Integendeel, er valt steeds meer aan boord te beleven, enerzijds door de voortdurend toenemende veelzijdigheid van infotainment en anderzijds door slimme vondsten die de bestuurder en zijn passagiers aangenaam kunnen verrassen. Dan praten we nog niet eens over het flitsende acceleratiepotentieel van met name elektromodellen.

KENNIS BIJSPIJKEREN

Veel van die ontwikkelingen mochten de proefrijders tijdens de zakenautotestdag uitgebreid uitproberen of zogezegd 'over zich heen laten komen'. De sessies duurden feitelijk te kort om in alle functies en gadgets te duiken, maar de oplettende deelnemer met interesse in nieuwe voorzieningen kon aardig wat noviteiten ontdekken, zeker wanneer hij of zij zich daarop lieten attenderen door de aanwezige verkoopadviseurs van de dealerbedrijven. Ook voor deze accountmanagers gaat er bij elke modelintroductie een wereld open, waardoor zij bij wijze van spreken een dagtaak hebben aan het voortdurend bijspijkeren van hun kennis. Nu het distributiekanaal van nieuwe auto's toch zijdelings aan de orde komt: hoe moeten we de berichten interpreteren dat de verkoop zich steeds meer naar internet verplaatst? Het lijkt nog wat vroeg om daar concrete uitspraken over te doen. De branche houdt zich er zeker mee bezig en zal dat in toenemende mate doen, maar peilt ondertussen zorgvuldig hoe de markt erop reageert. Voorlopig kan Noord-Limburg Business in ieder geval nog live autotestdagen organiseren, om de vertegenwoordigers van het bedrijfsleven in de regio op een relaxte manier te laten beleven in welke richting personenwagens zich op de korte en de langere termijn zullen bewegen.

TESTRIJDERS

Ivengi, Rick Heijkens
Adagium, Jon Pieper
Mature Capital BV, Berend van Berkel
Aries Recruitment, Arthur Noten
Rechtsanwalt, Markus Matzkeit
Qwezz, Paul Engelen
Qwezz, Maikel Welten
Multicopy, Robert Gijsbers
Multicopy, Marjan Gijsbers
Fleximo, Maurice Godding

DEALERS

Janssen Kerres: Gijs Maas, Richard Kunne en Rob de Krom
Wealer: Jeroen Janssen, Menno Koetsruiter, Mathieu Pama, Bram Engelen
Wassink: Marc Arts
Smeets Mercedes-Benz: Lazlo Drenth

TESTAUTO'S

Peugeot e-208
Renault Megane Plug-in hybrid
Citroën ë-C4
Audi Q4 e-tron
Volkswagen ID.3
Volkswagen ID.4
ŠKODA Enyaq
Ford Mustang-e
Peugeot E-2008
Mercedes-Benz C-Klasse

RENAULT MEGANE PLUG IN HYBRID

DEALER: JANSSEN KERRES **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** GIJS MAAS

MAURICE GODDING:
"De uitstraling van deze Renault is helemaal van deze tijd. Het interieur heeft mooie led-strips met diverse kleuren. Het display is groot en innovatief met veel opties. De motor biedt een mooie combinatie van elektrisch rijden en rijden op traditionele brandstof."

RICK HEIJKENS:
"Het design vind ik strak en rustig, het oogt kwalitatief hoogwaardig. Het interieur oogt prettig en de functies zijn intuïtief te bedienen. Zelf vind ik het handig dat je met een knop de lane assist kunt uitzetten. De elektrische bediening van de stoelen werkt heel prettig. Het dashboard is voor mij een tikkeltje aan de hoge kant. De wagen komt voor mijn gevoel ietwat stroef op gang, maar daarna voel je hoeveel power er onder de motorkap zit. Zeker bij hoge snelheden ligt de Renault heel prettig op de weg."

ROBERT GIJSBERS:
"Dit is typisch Renault; onderscheidend, maar toch herkenbaar. De bagageruimte is qua geboden ruimte prima en ook de overige opbergmogelijkheden zijn ruim voldoende. De wegligging en vering zijn comfortabel, geheel volgens wat je van Renault mag verwachten. De motor presteert bovengemiddeld en schakelt soepel. Zeker gezien de omvang van de auto is de prijs-kwaliteitverhouding uitstekend."

ARTHUR NOTEN:
"De afwerking is zoals je van Renault mag verwachten; goed en zonder overbodige toeters en bellen. Het interieur ziet er goed uit en biedt veel comfort en genoeg ruimte. De auto stuurt soepel en ligt prettig op de weg. De remmen zijn een tikkeltje gevoelig. De turbomotor is opvallend goed."

SPECIFICATIES
Merk: Renault
Model: Megane Estate Plug In Hybrid
Uitvoering: Business Edition One
Cilinderinhoud: 1.598 cm^3
Vermogen: 158 pk
Transmissie en aantal versnellingen: E-Tech automaat 8
Verbruik: 1,3 l/100 km
CO_2-uitstoot: 29 g/km
Ledig gewicht: 1.578 kg
Volume bagageruimte: minimaal 521 l
Gemonteerde opties: Easylink multimedia en navigatie Bose 9,3"scherm, elektrisch schuif/kanteldak
Vanafprijs (incl. BTW): €24.670 (Renault Megane estate 1.0 tce life)
Prijs testauto (incl. BTW): €38.674
Leasetarief Renault Megane estate 1.0 life vanaf (excl. BTW, 48 mnd., 20.000 km/jaar): €468,57
Leaseprijs testauto: €677,79
Meer informatie: www.janssenkerres.nl

PEUGEOT E-208

DEALER: JANSSEN KERRES **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** ROB DE KROM

RICK HEIJKENS:
"Jeugdig en cool, ontzettend leuk dit sportieve uiterlijk! Het interieur vind ik het fraaist van alle auto's waar ik in heb gereden. De knoppen zijn mooi en doen denken aan die van een race-auto. Ook de snelheidsmeter verdient punten voor schoonheid. De besturing en de wegligging voldoen aan mijn verwachtingen. De auto voelt degelijk aan met veel pit onder de motorkap."

MARJAN GIJSBERS:
"Het design en de uitstraling zijn modern. Het interieur is compact en biedt voldoende zitcomfort. Ook de bagageruimte is ruim voldoende. Wanneer je een wat kleinere en compacte auto zoekt, is dit een prima optie."

"JEUGDIG EN COOL, ONTZETTEND LEUK DIT SPORTIEVE UITERLIJK!"

MAURICE GODDING:
"Voor de afwerking zijn mooie materialen gebruikt. De wagen stuurt goed en reageert direct. Onder de kap zit een pittige elektromotor. De elektronische functies vind ik innovatief. Het stuur is wat aan de kleine kant, maar de schakelaars zien er gaaf uit."

MAIKEL WELTEN:
"In zwart uitgevoerd oogt deze auto luxe en zakelijk. In een felle kleur komen de zwarte accenten juist goed uit. Aan het interieur kun je goed zijn dat Peugeot meegaat met de sportieve kenmerken die veel auto's nu hebben. Ik moest even wennen aan de remmen, deze reageren direct. Verder stuurt de auto prima en ligt deze ook goed op de weg. De prijs-kwaliteitverhouding is goed, zeker de vanafprijs lag een stuk lager dan ik had verwacht."

SPECIFICATIES
Merk: Peugeot Allure
Model: E-208 50 kWh 136
Uitvoering: Allure Pack
Vermogen: 136 pk
Verbruik: 164 Wh/km
Ledig gewicht: 1.430 kg
Inhoud laadruimte: 265-1.106 l
Maximaal laadvermogen AC/DC: 7,4 kW/99 kW
Laadtijd AC 7,4 kW (0-275 km): circa 7 uur en 15 min
Laadtijd DC 99 kW (28-220 km): circa 31 min
Actieradius: maximaal 415 km
Gemonteerde opties: Peugeot Connect 3D-navigatie
Vanafprijs (incl. BTW): €19.200
Prijs testauto (incl. BTW): €34.360
Leasetarief vanaf (excl. BTW, 48 mnd., 20.000 km/jaar):
Leaseprijs vanaf: €368,39
Leaseprijs testauto: €549,05
Meer informatie: www.janssenkerres.nl

NIEUWE CITROËN Ë-C4
100% elektrisch

vanaf*
€ 23.990

operational lease vanaf**
€ 470 per maand

* vanafprijs C4 Live incl. BTW. Optionele pakketten en/of uitrusting zijn altijd de keuze van de consument en kunnen desgewenst tegen meerprijs geleverd worden. ** Vanafprijs o.b.v. 48 maanden en 20.000 km/jaar. Vraag uw accountmanager naar de voorwaarden.

JANSSEN KERRES

Heerlen	Terhoevenderweg 95	Tel. 045 - 522 33 00
Weert	Edisonlaan 3	Tel. 0495 - 53 65 75
Helmond	Varenschut 9	Tel. 0492 - 50 40 00
Venlo	Groot Bollerweg 24	Tel. 077 - 355 38 08
Sittard	Bergerweg 69	Tel. 046 - 451 10 51
Roermond	Sodaweg 1	Tel. 0475 - 25 25 25
Maastricht	Molensingel 1	Tel. 043 - 363 14 13

WWW.JANSSENKERRES.NL

CITROËN Ë-C4

DEALER: JANSSEN KERRES **AFGEVAARDIGDE TIJDENS DE TESTDAG:** RICHARD KUNNE

PAUL ENGELEN:
"Een mooi, stoer design met een goede afwerking zonder 'rommeltjes'. Het interieur is modern en niet te speels, daar houd ik van. Volledig in lijn met wat je van Citroën verwacht, staat comfort hier op de eerste plaats. Opvallend is de iPad-houder in het dashboard. De prijs-kwaliteitverhouding is prima. Je krijgt er veel auto en comfort voor terug."

MAURICE GODDING:
"De uitstraling van deze ë-C4 valt enorm op, het is allesbehalve eenheidsworst. Er zijn mooie materialen in de afwerking gebruikt. Ook van het interieur is echt wat gemaakt. De auto reageert direct op je stuurkunsten. De vering is top en zeer des Citroëns. Wat betreft de elektronische extra's was de rit net iets te kort om alles te kunnen uitproberen, maar de systemen zien er mooi en actueel uit."

"DE UITSTRALING VAN DEZE Ë-C4 VALT ENORM OP."

MARKUS MATZKEIT:
"Het design en de uitstraling van deze auto zijn dik in orde. Het interieur is heel aangenaam, net als de besturing, de vering en de wegligging. De motor presteert helemaal prima, zoals ik van tevoren ook al had verwacht. De prijs kwaliteitverhouding is top."

SPECIFICATIES
Merk: Citroën
Model: ë-C4 ev 50 KWh
Uitvoering: Feel Edition
Vermogen: 136 pk
Verbruik: 180 Wh/km
Ledig gewicht: 1516 kg
Inhoud laadruimte: 380-1.250 l
Gemonteerde opties: Keyless entry&start, Pack Drive assist (Active Safety Brake met herkenning van voetgangers, fietsers en nachtfunctie)
Maximaal laadvermogen AC/DC: 11 kW/99 kW
Laadtijd AC 11 kW (0-250 km): circa 5 uur
Laadtijd DC 99 kW (25-250): circa 31 min
Actieradius: maximaal 375 km
Vanafprijs (incl. BTW): €23.990
Prijs testauto (incl. BTW): €39.145
Leasetarief vanaf (excl. BTW, 48 mnd., 20.000 km/jaar): €470,52
Lease prijs testauto: €599,12
Meer informatie: www.janssenkerres.nl

Gecombineerd verbruik: 5,0 - 7,9 l/100 km, 20,0 - 12,7 km/l - CO_2-uitstoot: 132 - 180 g/km (WLTP).

De nieuwe C-Klasse.

Met de nieuwe C-Klasse zet Mercedes-Benz opnieuw een grote stap naar een nog efficiëntere en digitalere wereld. Neem plaats in een uitnodigende comfortzone, afgewerkt met bijzonder fraaie materialen. Ontdek hoe de nieuwe C-Klasse moderne luxe herdefinieert op www.smeets.ag of neem contact met ons op.

Mercedes-Benz

SMEETS AUTOGROEP

Venlo
Venrayseweg 30
tel. 077 - 207 9900

Ittervoort
Australiëstraat 4
tel. 0475 - 39 9900

Heerlen
Handelsstraat 2
tel. 045 - 560 9900

www.smeets.ag
info@smeets.ag
tel. 088 - 889 1234

Sandton Château De Raay

Sandton Château De Raay vormt het perfecte decor voor uw meeting, training of event. Kies voor één van onze authentieke stijlkamers, een voormalig Kapel of de Oranjerie. Bij mooi weer vergadert u lekker buiten op ons prachtige landgoed.

Geschikt voor 4 – 300 personen
Gratis parkeren
Daglicht, WiFi en Airconditioning
50 Kasteel-, Tuinkamers en Suites
Restaurant De Wintertuin

SANDTON HOTELS

Raayerveldlaan 6 5991 EN Baarlo
T: 077 321 40 00 baarlo@sandton.eu www.sandton.eu/baarlo

MERCEDES-BENZ C-KLASSE

DEALER: SMEETS MERCEDES-BENZ **AFGEVAARDIGDE TIJDENS DE TESTDAG:** LAZLO DRENTH

JON PIEPER:
"De uitstraling is sjiek en klassiek, zelfs een tikkeltje sportief. Zeker de toepassing van carbon geeft het wat extra's. Ook aan het interieur merk je dat dit een auto in een hoger segment is. De wagen biedt een sportieve, lage zit in een ergonomische stoel. Rijden in deze C-Klasse is heerlijk, zeker in de S+ stand. Hier wil je echt kilometers in maken. De motor reageert soepel en ook de automaat functioneert naar behoren. Het display ziet er prima uit, maar ik moest zelf wel even zoeken waar alles zat. Na deze testrit ben ik ook heel erg benieuwd naar de nog te verschijnen plug-in hybride variant."

MARJAN GIJSBERS:
"Dit is echte 'Deutsche Gründlichkeit'. Zoals je mag verwachten worden de binnen- en buitenkant van deze auto gekenmerkt door moderne luxe. Het rijden is een 'rijke' beleving en wat betreft de elektronische functies die via het scherm te bedienen zijn, lijken de mogelijkheden eindeloos. Wat betreft de prijs-kwaliteitverhouding ben ik positief verrast."

MAIKEL WELTEN:
"Deze auto straalt kwaliteit uit, mede dankzij de uitstekende afwerking. Bovendien rijdt de C-Klasse zeer fijn en draagt de vering zeker bij aan het rijcomfort. De automaat werkt zeer soepel. Als mijn voorkeur niet uit zou gaan naar elektrisch, zou deze zeker hoog op mijn lijstje staan."

ARTHUR NOTEN:
"Ik ben zelf echt een liefhebber van Mercedes-Benz en ook deze auto scoort hoog bij mij. Het design is strak en zeer luxe afgewerkt. In combinatie met de zwarte, leren stoelen en het palet aan kleuren in de navigatie is het ontwerp van het interieur bovendien zeer afwisselend. De lage zit draagt bij aan de rijbeleving."

SPECIFICATIES

Merk: Mercedes-Benz
Model: C-klasse
Uitvoering: 200 Launch Edition AMG-Line
Cilinderinhoud: 1.496 cm^3
Vermogen: 204 pk
Transmissie en aantal versnellingen: 9 versnellingen automaat
Verbruik: 6,4 l/100 km
CO_2-uitstoot: 144 g/km
Ledig gewicht: 1.550 kg
Inhoud laadruimte: 455 liter
Gemonteerde opties (pakketten toelichten): Panorama dak, Parkeerpakket met achteruitrijcamera, AMG-Line
Vanafprijs (incl. BTW): €48.280
Prijs testauto (incl. BTW): €57.888
Leasetarief vanaf (excl. BTW, 48 mnd., 20.000 km/jaar): €669
Meer informatie: www.smeets.ag

VOLKSWAGEN ID.3

DEALER: WEALER **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** MENNO KOETSRUITER

PAUL ENGELEN:
"De besturing en wegligging bij deze auto zijn verrassend goed, al had het regeneratieve remsysteem voor mij persoonlijk iets steviger gemogen. De stoelen zijn een tikkeltje hard, maar zitten verder goed en zijn bovendien uitgebreid verstelbaar. De bagageruimte is verrassend ruim. Hier kies je voor Duitse kwaliteit en betrouwbaarheid."

ROBERT GIJSBERS:
"De uitstraling vind ik futuristisch, modern en glad. Het interieur is ietwat sober maar biedt wel veel comfort en ruimte. Ook de besturing is betrouwbaar en voelt comfortabel aan. Daarnaast rijdt de ID.3 heel soepel."

"DUITSE KWALITEIT EN BETROUWBAARHEID."

MARKUS MATZKEIT:
"Het design en de uitstraling van deze auto zijn mooi, typisch Volkswagen. De afwerking is van hoge kwaliteit en het interieur ziet er prima uit. Ook het zitcomfort is heel aangenaam."

ARTHUR NOTEN:
"Het design is speciaal, de afwerking ziet er luxe uit. De motor rijdt soepel en geluidloos. Ook het schakelen gaat erg soepel in deze ID.3. Wanneer je op zoek bent naar een elektrische auto, is dit een uitstekende keuze."

SPECIFICATIES
Merk: Volkswagen
Model: ID.3
Uitvoering: 1st Max
Vermogen: 204 pk
Transmissie en aantal versnellingen: automaat 1 versn.
Verbruik: 15,5-16,0 kWh/100 km
Ledig gewicht: 1.794 kg
Inhoud laadruimte: 385-1.267 l
Maximaal laadvermogen AC/DC: 11 kW/100 kW
Laadtijd AC 11 kW (0-100%): 6 uur 15 min
Laadtijd DC 100 kW (5-80%): 35 min
Actieradius: 422 km
Gemonteerde opties: 20" Matisse velgen zwart/gepolijst, steunhaak voor fietsendrager
Vanafprijs (incl. BTW): € 32.990
Prijs testauto (incl. BTW): € 51.354
Leasetarief vanaf (excl. BTW, 48 mnd., 20.000 km/jaar): € 536
Meer informatie: www.wealer.nl

VOLKSWAGEN ID.4

DEALER: WEALER **AFGEVAARDIGDE TIJDENS DE TESTDAG:** BRAM ENGELEN

RICK HEIJKENS:
"Vergeleken met de ID.3, mijn huidige auto, biedt de ID.4 een stukje extra klasse. Ook de besturing voelt wat meer volwassen. Het zitcomfort is fantastisch. Dankzij de hoge zit heb je veel zicht op de weg. De motor en de versnellingsbak werken echt perfect. Ook de travel assist is prettig om te gebruiken. De prijs-kwaliteitsvergelijking is goed."

JON PIEPER:
"Ik vind de ID.4 een mooie auto met een speelse, frisse uitstraling. Van binnen zie je pas hoe groot deze wagen is! Het panoramadak maakt de auto helemaal af, die optie is zeker een aanrader! De stoelen zitten fijn en bieden zelfs bij een lengte van 1,90 m meer dan voldoende ruimte. Het scherm is even wennen, maar deze kun je wel overal voor gebruiken."

MAIKEL WELTEN:
"De uitstraling van de ID.4 is niet te uitbundig, wat goed past bij het segment. Op de afwerking heb ik weinig aan te merken. Het interieur spreekt me aan: rustig, neutraal en ruim met prettige stoelen. Ook de bagageruimte is prima in orde, net als de opbergmogelijkheden in het interieur. De motor is zeer responsief en presteert boven verwachting."

BEREND VAN BERKEL:
"Deze auto oogt modern en degelijk. De wagen voelt goed aan en is strak afgewerkt. Het interieur is ietwat eenvoudig uitgevoerd maar alles is aanwezig. De stevige stoelen zijn prima naar wens in te stellen en zitten ruim. De ID.4 ligt altijd goed op de weg en veert comfortabel. Zeker wanneer je met meerdere mensen in een auto rijdt, is dit echt een aanrader."

SPECIFICATIES
Merk: Volkswagen
Model: ID.4
Uitvoering: 1st Max
Vermogen: 204 pk
Transmissie en aantal versnellingen: automaat
Verbruik: 18,0-18,3 kWh/100 km
Ledig gewicht: 2.124 kg
Inhoud laadruimte: 543-1.575 l
Maximaal laadvermogen AC/DC: 11kW/125 kW
Laadtijd AC 11 kW (0-100%): 7 uur 30 min
Laadtijd DC 125 kW (5-80%): 38 min
Actieradius (WLTP): 501 km
Vanafprijs (incl. BTW): € 38.590
Prijs testauto (incl. BTW): € 57.040
Leasetarief vanaf (excl. BTW, 48 mnd., 20.000 km/jaar): € 580
Meer informatie: www.wealer.nl

We ❤ PrintMedia

Houdt u ook zo van schitterend drukwerk, scherpe prijzen en uitstekende service? Neem nu contact op en ondervind zelf de geweldige kwaliteit van ons Nederlands/Baltisch traject: optimaal van boom tot deur.

Bouwmeesterweg 52 | 3123 AA Schiedam **T** 010 247 6666 **W** www.balmedia.com **E** info@balmedia.com

BalMedia

ŠKODA ENYAQ iV

DEALER: WEALER **AFGEVAARDIGDE TIJDENS DE TESTDAG:** MATHIEU PAMA

MARKUS MATZKEIT:
"Ik vind de kleuren die in het design zijn verwerkt heel mooi. Ook de afwerking en de kwaliteit ogen top. Bovendien biedt deze grote auto veel ruimte, ook wat betreft de bagageruimte. De mogelijkheid om je paraplu in de deur op te bergen, vind ik een prima idee."

ROBERT GIJSBERS:
"De uitstraling van de Enyaq is functioneel en degelijk. Voor de afwerking zijn mooie materialen gebruikt. Het interieur is erg fraai en oogt haast als een cocon. De stoelen zijn comfortabel en je hebt veel beenruimte. De opbergmogelijkheden zijn riant en slim gevonden, zoals een mogelijkheid om je paraplu in de deur op te bergen. De auto rijdt daarnaast erg prettig en betrouwbaar. Deze ŠKODA heeft mijn verwachtingen overtroffen."

JON PIEPER:
"Van de familie van Volkswagen, Audi en ŠKODA die tijdens de testdag aanwezig is, vind ik dat deze wagen de beste uitstraling en het mooiste model heeft. Dit is echt een auto in plaats van een elektrisch voertuig. De uitvoering is luxe, en zeker de moeite waard. Dat heeft me echt positief verrast. Daarnaast stuurt de Enyaq heerlijk en functioneren de elektronische opties en extra's naar behoren. Kortom, een super auto."

MARJAN GIJSBERS:
"Deze ŠKODA heeft een robuuste, maar luxe uitstraling en dat geldt ook voor de afwerking en het interieur. Het zitcomfort is prima en volledig naar eigen wens in te stellen. De remweg is voor mijn gevoel een tikkeltje aan de lange kant. Ook moest ik even wennen aan de stille motor, maar verder rijdt de wagen naar alle tevredenheid."

SPECIFICATIES
Merk: ŠKODA
Model: ENYAQ iV
Uitvoering: iV 80
Vermogen: 204 pk
Transmissie en aantal versnellingen: automaat 1 versnelling
Verbruik: 16 kWh/100 km
Ledig gewicht: 2.090 kg
Inhoud laadruimte: 585-1.710 l
Maximaal laadvermogen AC/DC: 11 kW/126 kW
Laadtijd AC 11 kW (0-420 km): circa 8 uur en 15 min
Laadtijd DC 126 kW (42-366 km): circa 34 min
Actieradius: maximaal 615 km
Gemonteerde opties: Black magic mica, ecoSuite lederen interieur, 130 kW oplaadmogelijkheid, elektrisch verstelbare bestuurdersstoel met geheugenfunctie, Comfort Plus
Vanafprijs (incl. BTW): € 41.480
Prijs testauto (incl. BTW): € 60.950
Leasetarief vanaf (excl. BTW, 48 mnd., 20.000 km/jaar): € 582
Meer informatie: www.wealer.nl

AUDI Q4 E-TRON

DEALER: WEALER **AFGEVAARDIGDE TIJDENS DE TESTDAG:** JEROEN JANSSEN

MAURICE GODDING:
"Een schitterend design en een perfecte afwerking, helemaal zoals je van Audi mag verwachten. Het interieur biedt veel ruimte. De stoelen geven veel steun, ook bij het bochtenwerk. De besturing is scherp en de wegligging perfect. Opvallend zijn het head-up display en de cockpit met meerdere schermfuncties."

JON PIEPER:
"Deze auto heeft stijl en ziet er niet uit als een typische elektrische auto. De bagageruimte en opbergmogelijkheden zijn meer dan genoeg voor een auto van deze klasse. Ook de elektronische functies en innovaties zijn op niveau."

"SUPER, DEGELIJK EN RUIM, ZO ZOU IK DEZE E-TRON OMSCHRIJVEN."

MAIKEL WELTEN:
"Het design vind ik ietwat neutraal ogen, maar de uitwerking van deze Audi is heel erg goed gedaan. Bijzonder is het head-up display met augmented reality. Deze auto ligt wat prijzig in de markt, maar daar krijg je wel topkwaliteit voor terug."

BEREND VAN BERKEL:
"Super, degelijk en ruim, zo zou ik deze e-tron omschrijven. Het interieur is zeer ruim, zowel voorin als achterin. Dankzij de dubbele bodem ligt de laadkabel nooit in de weg. Alles bij elkaar opgeteld, is dit echt een aanrader."

SPECIFICATIES
Merk: Audi
Model: Q4 e-tron
Uitvoering: 40 Launch Edition Advanced
Vermogen: 204 pk
Transmissie en aantal versnellingen: 1-traps automaat
Verbruik: van 17,7 kWh/100 km tot 19,3 kWh/100 km
Ledig gewicht: 2.025 kg
Maximaal geremd trekgewicht: 1.000 kg
Inhoud laadruimte: 520-1.490 liter
Maximaal laadvermogen AC/DC: 11 kW/125 kW
Laadtijd AC 11 kW (0-100%): circa 7,5 uur
Laadtijd DC 100 kW (5-80%): circa 38 min
Actieradius (WLTP): maximaal 511 km
Gemonteerde opties: lichtmetalen velgen 8jx20, 3 zone airconditioning, akoestische zijruiten, Assistentiepakket plus, Comfortpakket
Vanafprijs (incl. BTW): € 48.295
Prijs testauto (incl. BTW): € 62.997
Leasetarief vanaf (excl. BTW, 48 mnd., 20.000 km/jaar): € 657,- (60 mnd/10.000 km: € 561,- ex BTW)
Meer informatie: www.wealer.nl

PEUGEOT E-2008

DEALER: WASSINK VENRAY **AFGEVAARDIGDE TIJDENS DE TESTDAG:** MARC ARTS

RICK HEIJKENS:
"Ik vind de afwerking van deze Peugeot echt uitmuntend én origineel. De uitstraling is heel mooi en sportief. Van buiten lijkt de E-2008 heel groot, maar binnen heb je niet het gevoel dat je in de auto 'verdwaalt'. De cockpit en de elektronische functies zijn vernieuwend."

PAUL ENGELEN:
"Het interieur is high-tech en heeft een mooi design. De stoelen zitten lekker, wel moest ik even wennen aan de positie van het stuur ten opzichte van het instrumentencluster. De besturing en de wegligging vond ik verrassend aangenaam. Ook het 3D-display is een leuk detail in deze auto. De prijs-kwaliteit-verhouding is dik in orde."

ROBERT GIJSBERS:
"Met name de voorzijde van de auto ziet er mooi en stoer uit. Er zijn mooie materialen gebruikt. Het interieur is typisch Frans; goede details, met name de bedieningsknoppen in het middenconsole. De auto zelf voelt wat zwaar aan, maar biedt meer dan genoeg zitcomfort en -ruimte. Sturen doet deze Peugeot strak. Er zijn diverse rij-instellingen mogelijk. De motor is stil en dat maakt deze wagen ideaal voor dagelijks gebruik."

BEREND VAN BERKEL:
"Ik moest er even aan wennen in het begin, maar uiteindelijk vind ik het een leuke auto. De uitvoering is mooi en solide. Het zitcomfort is goed en achterin heb je zeer veel beenruimte. De E-2008 stuurt heel licht, als bij een grote auto. De elektronische opties en functies zijn helemaal van deze tijd. Opvallend is het mooie, sportieve stuur."

SPECIFICATIES
Merk: Peugeot
Model: E-2008
Uitvoering: Allure
Vermogen: 136 pk
Transmissie en aantal versnellingen: automaat
Verbruik (l/100 km of kWh): 180 Wh/km
Ledig gewicht: 1.523 kg
Inhoud laadruimte: 420-1.025 l
Maximaal laadvermogen AC/DC: 7,4 kW/99 kW
Laadtijd AC 7,4 kW (0-250 km): circa 7 uur en 15 min
Laadtijd DC 99 kW (25-200 km): circa 31 min
Actieradius: maximaal 375 km
Gemonteerde opties: Blauw metallic
Vanafprijs (incl. BTW): €33.500
Prijs testauto (incl. BTW): €39.955
Leasetarief vanaf (excl. BTW, 48 mnd., 20.000 km/jaar): €399,25
Meer informatie: www.wassinkautogroep.nl

DE VOLLEDIG ELEKTRISCHE
FORD MUSTANG MACH-E
MET EEN BEREIK TOT 610 KM

Gemiddeld brandstofverbruik en CO_2-uitstoot: 16,6-19,5 kWh/100 km; CO_2 g/km: 0

Ford

ford.nl/mach-E

Wassink Autogroep
info@wassinkautogroep.nl

Boxmeer
Lionstraat 1
5831 AL Boxmeer
088 - 92 77 690

Nijmegen
Tarweweg 1
6534 AM Nijmegen
088 - 92 77 711

Venlo
Celsiusweg 4
5928 PR Venlo
088 - 92 77 720

Venray
Keizersveld 101
5803 AP Venray
088 - 92 77 605

FORD MUSTANG MACH-E

DEALER: WASSINK VENRAY **AFGEVAARDIGDE TIJDENS DE TESTDAG:** MARC ARTS

PAUL ENGELEN:
"Ik vind dit een mooie auto, zeker aan de achterlichten kun je zien dat het echt om een Ford gaat. De afwerking is veel beter dan gedacht voor een Amerikaanse auto. Er zijn meer dan genoeg opbergmogelijkheden, alleen al het interieur heeft diverse bakjes en vakken. Qua rijprestaties rijdt de Mach-E zoals een EV zou moeten rijden. Ook de prestaties van de motor zijn dik in orde. Als je een auto wil voor het sportieve gevoel, is dit zeker een aanrader."

MARJAN GIJSBERS:
"De uitstraling van deze Ford is imponerend. Ik heb nog nooit in dit merk auto gereden maar ben echt positief verrast. Tijdens het sturen geeft de auto een signaal als je buiten de lijntjes rijdt. Dat kan bij het maken van veel kilometers een fijne optie zijn."

BEREND VAN BERKEL:
"Het design en de uitstraling vind ik verrassend voor het merk Ford, net als de hoogte van de auto. Het interieur is netjes afgewerkt en gebruiksvriendelijk. De vering kun je zelf instellen; het verschil tussen sportief en comfort is goed te voelen. Het achtergrondgeluid van de motor is een mooie functie."

MARKUS MATZKEIT:
"Wat een fantastische auto, hier houd ik van. Het design, het interieur, het zitcomfort, de motorprestaties; alles is zoals je van Ford mag verwachten. Het display heeft een flink formaat, dat komt de leesbaarheid en het kiezen van de functies ten goede. Door het vertrouwde V8-geluid wordt dat echte Mustang-gevoel verder versterkt."

ARTHUR NOTEN:
"Ik ben erg verrast door de keuze van Ford om deze Mustang zo geluidloos mogelijk te maken en te kiezen voor een elektrische variant. Het exterieur is erg strak. De kleur is mooi, zeker in combinatie met de velgen en de rode remklauwen. Je zit vrij hoog en hebt veel beenruimte. De auto stuurt wat stug, maar op een prettige manier. Ook de wegligging is erg prettig."

SPECIFICATIES

Merk: Ford
Model: Mustang Mach-E
Uitvoering: AWD, normal range
Vermogen: 258 pk
Transmissie en aantal versnellingen: automaat
Verbruik: 197 Wh/km
Ledig gewicht: 1.845 kg
Inhoud laadruimte: 512-1.650 l
Maximaal laadvermogen AC/DC: 11 kW/115 kW
Laadtijd AC 11 kW (0-345 km): circa 7,5 uur
Laadtijd DC 100 kW (35-276 km): circa 38 min
Actieradius: maximaal 610 km
Gemonteerde opties: Rood metallic
Vanafprijs (incl. BTW): €48.425
Prijs testauto (incl. BTW): €59.564
Leasetarief vanaf (excl. BTW, 48 mnd., 20.000 km/jaar): €619,-
Meer informatie: www.wassinkautogroep.nl

makelaars.media

Maak je eigen woonmagazine al vanaf € 99,- per maand!

EENVOUDIG, SNEL EN PROFESSIONEEL

KOPPELING NAAR AL JE SOCIALE MEDIA-UITINGEN

TUINBORDEN, BANNERS EN POSTERS

ADVERTEREN IN 16 MAGAZINES

EFFECTIEVE PROMOTIE

LOGIN, CREËER, PRODUCEER EN BESTEL

INTERACTIVE MULTIMEDIA

JUBILEUMMAGAZINES

OPGEMAAKT IN DE UNIEKE HUISSTIJL VAN JOUW KANTOOR

FLYERS, BROCHURES

AUTOMATISCH & UP-TO-DATE

Presenteer uw makelaarskantoor en objecten in uw omgeving!

Bent u het toonaangevende makelaarskantoor met een mooi woningaanbod en uitstekende service? Wij bieden u de mogelijkheid om met Makelaars.media onder de aandacht te komen bij het door u gewenste postcodegebied. Stel zelf eenvoudig uw magazine samen op basis van actuele redactionele content, geselecteerde panden (verkocht en/of niet verkocht) en creëer een optimale presentatie van uw kantoor.

De verspreiding van uw woonmagazine geschiedt op basis van huis aan huis verspreiding door Axender. U hoeft alleen het gewenste postcodegebied door te geven. Ook is het mogelijk om (mits op tijd) extra exemplaren te bestellen voor bijvoorbeeld op kantoor of deelname aan een beurs.

Heeft u wensen op maat? Wij kunnen diverse aanvullende producten en diensten bieden. Denk aan extra pagina's bovenop de standaard omvang van 16 pagina's, een banner op de website, een afwijkende lay-out of extra promotiemateriaal zoals posters, flyers, banners, tuinborden of brochures. Onze eigen studio en IT-afdeling kunnen zelfs een compleet nieuwe huisstijl en bijbehorende website voor u ontwikkelen. Ook hebben wij met onze 16 zakelijke en consumenten tijdschriften veel publiciteitsmogelijkheden bij verschillende doelgroepen.

Wij komen graag bij u langs om de diverse mogelijkheden te bespreken!

Voor meer informatie: Aysun Mahubessy-Saruhan, T: 024-3732585, e-mail: sales@makelaars.media

PAAS-IT printing as a service.

Vlnr.: Rob de Hair, Marivonne van Kralingen, Sander Oudenhoven, Willem Gerbrands

ADVOCATEN MET ONDERNEMERS-BLOED

VOOR DE ZAAK ADVOCATEN IS EEN GESPECIALISEERD ADVOCATEN-KANTOOR EN RICHT ZICH OP ÉÉN DOELGROEP: DE ONDERNEMER.

Onze passie voor arbeidsrecht en ondernemingsrecht gecombineerd met ons eigen ondernemerschap zorgt ervoor dat wij ons optimaal in onze doelgroep kunnen verplaatsen. Ook bij ons stroomt ondernemersbloed door de aderen.

Of het nu gaat om advies over een individueel ontslag, een reorganisatie, een overname, het opstellen en beoordelen van contracten, procederen of het adviseren van bestuurders en aandeelhouders. De ene ondernemer heeft dagelijkse ondersteuning nodig en de andere slechts incidenteel. Iedere ondernemer is welkom bij Voor de Zaak.

GEEN WOORDEN MAAR DADEN

De oprichters van ons kantoor hebben een Rotterdam connectie. Een connectie die verenigt dat wat ondernemers uit Venlo en Rotterdam sterk maakt; een no-nonsense mentaliteit. Geen woorden, maar daden. Oplossingen in plaats van vage adviezen. Bij ons kunt u als ondernemer gewoon binnenlopen of ons even bellen. De meter gaat echt niet gelijk lopen. Een langdurige relatie met wederzijds vertrouwen opbouwen gaat voor op het sturen van een factuur voor iedere minuut.

DAAROM VOOR DE ZAAK

We willen het verlengstuk zijn van de onderneming, uw expert op juridisch gebied; daar ligt onze toegevoegde waarde. Ons advies is helder en voor iedereen begrijpelijk; bij Voor de Zaak weet u waar u aan toe bent.

VOOR DE ZAAK
Ondernemersrecht en arbeidsrecht

Voor de Zaak, Noorderpoort 9, 5916 PJ Venlo, 077 206 80 00, info@voordezaak.nl, voordezaak.nl

TRIMAXX

Zakelijke telefonie en internet voor de beste prijs!

Internet verbinding

Stabiel en snel internet voor uw bedrijf? Bekijk wat wij kunnen leveren op uw adres:

1. Ga naar **trimaxx.nl/postcode-check** of scan:
2. Vul uw postcode in
3. Zie gelijk welke bandbreedte wij aan u kunnen leveren en voor welk tarief.

Vaste telefonie

De beste zakelijke VoIP telefonieoplossing!

- Kostenbesparend; internettelefonie is nu eenmaal goedkoper en van betere kwaliteit.
- Flexibel; schaal zonder problemen op of af met het aantal toestellen.
- Analyseer; optimaliseer uw service met uitgebreide analyses.
- Integratie met computer of laptop.
- Overal en altijd bereikbaar via de mobiele app.

Mobiele telefonie

Wilt u een vrijblijvend aanbod op maat ontvangen voor uw mobiele telefonie?

1. Ga naar **trimaxx.nl/aanbod-op-maat** of scan:
2. Upload uw factuur
3. Wij sturen u een analyse met een geheel vrijblijvend en passend aanbod voor uw bedrijf!

Persoonlijk advies nodig?

Wij zijn bereikbaar op:

077 324 2333

TRIMAXX
www.trimaxx.nl
Huiskensstraat 72
5916 PN Venlo
info@trimaxx.nl