



Dit document wordt u aangeboden door:

NOORD-LIMBURG

BUSINESS

[Klik hier voor meer artikelen](#)

NOORD-LIMBURG

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE | JAARGANG 7 | NUMMER 4 | SEPTEMBER 2013

BUSINESS®



Coverstory:

Van Tienen Drinkautomaten:

'Iedere klant telt'

Forum Transport & Logistiek

Noord-Limburg: Logistieke hotspot

Alarmbellen op de arbeidsmarkt

Nationaal

Zorgondernemer Loek Winter:
De aanhouder wint



BEDRYVIG

Bedrijvig Land van Cuijk & Noord-Limburg

INSPYRIUM

CYBOX®



CORN RECLAME

Dé regionale businessbeurs

Uw netwerk onderhouden en verstevigen in een inspirerende en duurzame omgeving? Nieuwe ondernemers en vakgenoten ontmoeten en kennismaken met het gevarieerde producten- en dienstenaanbod in de regio?

Op woensdag 18 en donderdag 19 september is het Ebben Inspyrium de 'place to be' voor bedrijven, onderwijsinstellingen, overheden en andere organisaties tijdens dé regionale businessbeurs.

Bedrijvig Land van Cuijk & Noord-Limburg biedt geen standaard beursconcept maar een unieke beursformule waarbij alle partijen op creatieve wijze invulling geven aan een verrassende en inspirerende bedrijfsbeurs.

Met het bijgesloten entreebewijs en uw visitekaartje bent u van harte uitgenodigd. Wij leggen de groene loper graag voor u uit!

Tot ziens op 18 of 19 september in Cuijk!

Bezoek
Bedrijvig en
laat u
inspireren!

www.bedrijvigbeurs.nl



VOORWOORD



Na regen...

Langzaam begint iedereen terug te keren van vakantie en is het tijd om de werkzaamheden weer op te pakken. Helaas is er in de tussentijd in Nederland niet bijzonder veel gebeurd op economisch gebied. Veel bedrijven hebben nog steeds te maken met tegenvallende omzetresultaten. En als gevolg daarvan zijn er ook diverse ontwikkelingen gaande op de arbeidsmarkt. Het aantal vacatures daalt en de vacatures die er wel zijn, vragen vaak om zeer specialistische kennis die niet altijd onder de beschikbare beroepsbevolking te vinden is. Hoe de sector transport en logistiek over de arbeidsmarkt denkt, is samen met andere aspecten over deze branche te lezen in het forum. En mocht het echt niet lukken op die werknemers te vinden, dan is altijd scholing en opleiding nog een optie, zoals te lezen is in het artikel 'Op-leiden maakt sterk'.

Gelukkig is naast de economische malaise goed nieuws. Zo hebben de Kasteeltuinen in Arcen een nieuwe doorstart gemaakt, zijn veel bedrijven al in de weer met het bestellen van hun kerstpakketten en worden er in het najaar volop beurzen georganiseerd zoals de Ondernemers Vakdagen in Venray. Ook Noord-Limburg Business zit niet stil. Mijn collega Danny Toonen is alweer druk bezig met de organisatie van de volgende BoB-borrel op 11 september. Misschien ook voor u een leuke manier om wat zonneschijn te delen en inspiratie op te doen?

Met vriendelijke groet,

*Sofie Fest
Hoofdredacteur
Sofie@vanmunstermedia.nl*



Zakenmagazine voor
de regio Noord-Limburg
www.noordlimburgbusiness.nl

JAARGANG 7
september 2013, editie 4

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

UITGEVER
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE
Sofie Fest

REDACTIEBIJDRAGEN
Lars van Bergen
Jessica Scheffer

VORMGEVING / OPMAAK
Joost Franken, Jan-Willem Bouwman,
Jasper Heijmans

FOTOGRAFIE COVER
Marc van Zuylen

DRUK
Boumans en Verhagen

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
Van Munster Media B.V.
Aysun Mahubessy-Saruhan t: 024-642 1917

ABONNEMENTEN
Abonnementen kunnen op elk gewenst
tijdstip ingaan. Alle abonnementen
hebben een looptijd van één jaar en
worden automatisch verlengd. Opzeg-
gingen kunnen uitsluitend schriftelijk
worden doorgegeven en dienen uiter-
lijk 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 even-
tuele onjuistheden en/of onvolledig-
heid van de verstrekte gegevens.

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

BUSINESS NATIONAAL
Landelijk katern van de
regionale zakenmagazines

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

- 6** Coverstory: Van Tienen Drankautomaten: 'Iedere klant telt'
- 8** Forum Transport & Logistiek: Noord-Limburg als logistieke hotspot
- 12** Worktrans: Veel ontwikkelingen die pleiten voor een flexibele schil
- 13** Voorbeschouwing Ondernemers Vakdagen Venray
- 14** The Scelta Institute
- 16** Niëns Horeca: Een begrip in de regio
- 19** C2C ExpoLAB: Bouwen met Cradle to Cradle creëert meerwaarde!
- 21** BS Morgen
- 22** Column TRIAS: 'Put your money where your mouth is'
- 23** Rühl Haegens Molenaar: Investeren vanaf 1 juli 2013: fiscaal voordeel!
- 26** Business Flitsen

NATIONAAL



I Ondernemen als tweede natuur

De lange adem van Loek Winter



V Reputatiemanagement: leiderschap gevraagd

Kredietcrisis werd vertrouwenscrisis



VI Succesvolle strategie zorgt voor vliegende start

De marketingmagie van het Rijksmuseum

- 27** Business Flitsen
- 28** Kleur je logo
- 30** Trends kerstpakketten 2013: Een botoxbon voor kerst?
- 33** Vakantiepark Leukermeer: De verborgen schat aan het water in Well

Thema Arbeidsmarkt

- 36** Alarmbellen op de arbeidsmarkt
- 39** Ontslag voor dummies
- 40** AUXILICON: Opleidingen zorgen voor betere inzetbaarheid

- 41** Business Flitsen
- 42** Opleiden maakt sterk
- 45** Kasteeltuinen: Hernieuwde kennismaking
- 46** Hoe belangrijk is cloud computing voor het Nieuwe Werken?
- 49** Opmerkelijk nieuws
- 50** Business Flitsen



“Ik denk dat veel buitenlandse bedrijven op zoek zijn naar locaties waar ze worden begrepen en verstaan.”



“Na twee edities mogen we concluderen dat er ook echt zaken wordt gedaan.”



Blauw is favoriet als het op logo's en huisstijlen aankomt.



Sommige bedrijven gaan echter wel heel ver in hun streven naar originaliteit.



Slaat men tijdig alarm of wacht men tot de tekorten op de arbeidsmarkt zo hoog oplopen en grijpt men dan pas in?



Het ontslaan van mensen is een kunst.



Een onderneming die niet blijft leren, overleeft niet in de snel veranderende wereld van vandaag.

Van Tienen Drankautomaten:

'Iedere klant telt'

FOTOGRAFIE MARC VAN ZUYLEN

Van scholen tot zorginstellingen en mkb'ers tot grote bedrijven: velen hebben de koffie van Van Tienen al eens geproefd. Niet alleen in het plaatsje Zeeland, waar de 'roots' van het Brabantse familiebedrijf liggen, inmiddels bestrijkt het marktgebied van Van Tienen ruim zestig kilometer rondom de vestiging. Daarnaast weten steeds meer landelijke organisaties ook de diensten en de diverse koffieconcepten te waarderen. Dagelijks wordt koffie geleverd aan een grote groep vaste klanten en daar komen dagelijks nieuwe contacten bij. Toch is de visie van het eerste uur altijd overeind gebleven. "Wie klant is bij Van Tienen, kan áltijd op ons rekenen, ook 's avonds en in het weekend."

Aan het woord is Maarten van Tienen, directeur van het familiebedrijf. Voor hem zijn twee zaken écht belangrijk in de bedrijfsvoering: kwaliteit en een uitstekende service. "Bedrijven mogen niet zonder koffie komen te zitten", vindt de ondernemer dan ook.

Daarom zorgt Van Tienen binnen 24 uur (in noodgevallen uiterlijk vier uur) dat de koffie weer uit de machine vloeit – ongeacht het tijdstip van de melding. "Dat is de kracht van ons bedrijf", benadrukt de ondernemer. "We verkopen geen koffie, maar een complete voorziening."

Drie-in-een-concept

Sinds 1973 houdt Van Tienen zich bezig met de verkoop van koffie en koffiegereleerde producten. Onder deze laatste noemer vallen niet alleen de ingrediënten, maar ook bijvoorbeeld porselein, schoonmaakartikelen, hygiëneproducten, snoep en frisdrank. Daarnaast levert het bedrijf drank-, snoep- en verkoopautomaten. Zo kunnen bijvoorbeeld bedrijfsrestaurants en sportkantines ook bij het Zeelandse bedrijf terecht. "Wij leveren een drie-in-één-concept", vervolgt Van Tienen. "We verzorgen namelijk niet alleen de koffie, maar ook de apparatuur en de bijbehorende technische service. Dat resulteert in gemak en efficiency voor onze klanten. Want hebben ze vragen op het gebied van koffie? Dan weten ze dat ze maar één nummer hoeven te bellen."

Arbeidsvitamine

Het belang van een goede koffievoorziening voor bedrijven wordt vaak onderschat, vindt Van Tienen. Hij licht toe: "Voor veel mensen begint de dag met een goed kopje koffie. Dat geldt ook voor uw medewerkers. Koffie fungeert als arbeids-





vitamine, het is de motor van het bedrijf. Daarnaast is koffie het visitekaartje richting klanten. Reden genoeg dus om eens goed na te denken of uw koffievoorziening wel aan uw wensen voldoet." Van Tienen refereert aan een aantal voorbeelden uit de praktijk. "Neem een schoolkantine, daar moet koffie in hoog tempo worden 'getapt'. Het is van belang dat de machine ruimte biedt voor meerdere leerlingen tegelijkertijd en tegemoet komt aan de snelheidswensen. Of misschien is koffie een middel om te 'pronken' richting zakenrelaties? Smaak is in dat geval van groter belang dan de snelheid."

Van Tienen-mentaliteit

Wees bewust van de wensen en kies voor een passende koffievoorziening. Dat is de boodschap die Van Tienen zijn klanten mee wil meegeven. Dat is echter makkelijker gezegd dan gedaan. Op het gebied van koffieautomaten zijn er talloze mogelijkheden, nog maar niet te spreken over de smaak van de koffie of de uitstraling van de machine. De verkoopadviseurs van Van Tienen kennen de mogelijkheden, merken en de diverse koffie variaties en kunnen klanten passend advies verschaffen. "Ik vind het allerbelangrijkst dat onze klanten tevreden zijn", besluit Van Tienen.

"Daarom gaan we voor aankoop altijd over tot een proefplaatsing. Want op papier kan alles nog zo geschikt lijken, als een machine in de praktijk niet aan de wensen voldoet, zoeken we net zolang tot de koffie wél aan de wensen voldoet. Dat is nu eenmaal de Van Tienen-mentaliteit." ■

www.vantienen.nl

Noord-Limburg: logistieke hotspot

In Noord-Limburg is de regio Venlo-Venray wederom uitgeroepen tot de belangrijkste logistieke hotspot van Nederland van 2013. Nu is het aan de regio om de kansen verder te verzilveren en haar voorsprong te behouden. Maar wat is daarvoor nodig in Noord-Limburg? Enkele spelers uit de regio gingen om tafel bij galerie Ptah in Tegelen.

De deelnemers

Jan Loonen, gemeente Venray
 Jos Hensgens, gemeente Venlo
 Frank Hermans, Seacon Logistics Group
 Maurice Beurskens, Asian Full Service Center
 Godfried Hendricx, Gilde-BT
 Ivo Schils, ProfCore
 Janjaap Semeijn, Maastricht University
 Paul Custers, VIA-schakel in werk

De regio Venlo-Venray werd in juli door Prologis uitgeroepen tot beste Europese logistieke hotspot. Deze status zal volgens het rapport van Prologis ook in 2018 worden geprolonged, al zullen andere logistieke hotspots in Nederland en Europa de achterstand tegen die tijd wel flink in hebben gelopen. Het is dus essentieel om de logistieke sector te blijven ontwikkelen. Op welke gebieden valt er volgens de aanwezigen nog veel te winnen?

Janjaap Semeijn pleit voor een verengelsing van de business communication. “Vanuit het global business perspectief en de aantrekkelijkheid van onze regionale hotspot voor bedrijven uit bijvoorbeeld Azië, zou een frequenter gebruik van de Engelse taal de regio zeker extra aantrekkelijk maken.” Maurice Beurskens merkt dit zelf in de dagelijkse praktijk. “Websites, maar ook nieuwsbrieven van bijvoorbeeld gemeenten en de provincie Limburg worden vaak in het Nederlands opgesteld. Die kun je dus niet doorsturen naar je buitenlandse contacten. En zeker voor expats is het belangrijk dat informatie over de regio, zowel woningaanbod als vrijetijdsbesteding, in het Engels wordt aangeboden.”

Jan Loonen is het hier volledig mee eens, maar ziet grote bedrijven in de regio hier wel degelijk op inspelen. “Grote bedrijven in Venray zoals Flexotronics communiceren via hun website in ieder geval al wel in het Engels. Wij kunnen daar zelf verder op inspringen door mensen hierin op te leiden.”

Voor Frank Hermans is dit niet meer dan vanzelfsprekend. “Engels is natuurlijk heel belangrijk, maar wij gaan zelf al een stap verder door veel informatie in het Chinees aan te bieden.

Wij moedigen ook studenten aan om Mandarijn te gaan leren.” “Wat betreft het werven van scholieren en studenten is het inderdaad belangrijk om hen te enthousiasmeren voor de sector logistiek, en de Engelse taal maakt daar zeker onderdeel van uit”, zegt Jos Hensgens. “Anderzijds worden er wel erg veel Engelse termen gebruikt en moet de Nederlandse taal vooral bij het werven niet vergeten worden. Termen zoals supply chain management zijn voor scholieren niet altijd even duidelijk.”

Volgens Godfried Hendricx is er op het mbo weinig aandacht voor buitenlandse talen. “De logistieke opleiding is bij hbo en wo veel meer Engelstalig ingericht. De voertaal Engels wordt op hoog niveau ingezet, zowel tijdens de lessen als de examens. Ik vind dat hele goede ontwikkeling en eigenlijk zou dat in Nederland veel meer in de basisopleiding moeten worden opgenomen. Dat zorgt uiteindelijk voor een veel sterkere concurrentiepositie.”

Daar is Beurskens het mee eens. “In Duitsland is de regio Nordrhein-Westfalen de nationale logistieke hotspot geworden. Maar in Duitsland spreken ze slecht Engels. Wij spreken echter prima Engels en Duits en dat maakt Nederland voor het buitenland juist zo interessant om zaken mee te doen.” “Ik denk dat veel buitenlandse bedrijven op zoek zijn naar locaties waar ze worden begrepen en verstaan”, knikt Paul Custers. “Je moet heel goed kijken waar je klanten vandaan komen en in welke taal ze gewend zijn om te communiceren, naast de culturele verschillen. Al denk ik wel dat we op termijn meer aan Chinees gaan hebben dan aan Engels.” “Als je kijkt naar de oorsprong van de klant denk ik dat er over 10 tot 15 jaar veel meer Chinese klanten tus-



vnr: Maurice Beurskens, Frank Hermans, Janjaap Semeijn, Godfried Hendricx, Jan Loonen, Jos Hensgens, Ivo Schils, Paul Custers.

sen zullen zitten”, valt Hermans bij. Volgens Ivo Schils is het gebruik van de Engelse taal inmiddels algemeen geaccepteerd. “Het is veel meer de vraag, of we niet moeten kijken welke andere talen nodig zijn om de concurrentiepositie te verbeteren. Zijn deze mensen goed vindbaar op de arbeidsmarkt? Of dienen wij deze zelf op te leiden?” “De inhoudelijke kennis is enorm aan ontwikkeling onderhevig, in tegenstelling tot taal”, zegt Hendricx. “Je ziet vaak dat men insteekt op de inhoudelijke kant, terwijl omgevingsfactoren zoals talen en cultuurverschillen veel meer aandacht behoeven dan dat ze nu krijgen. Ik pleit voor taallessen op de basisschool. Kinderen leren de eerste zes jaar spelenderwijs en pikken dat veel beter op. Daar moet je veel meer gebruik van maken.”

Kennishotspot

De tweede stelling gaat over kennis. Indien onderwijs, overheid en ondernemer samen zouden werken, zou de regio uit kunnen groeien tot een kennishotspot en daarmee haar unieke positie nog verder kunnen onderstrepen.

Hensgens is het met deze stelling eens, maar benadrukt dat er op dat gebied in de regio al veel initiatieven zijn genomen. “Denk aan de vele innovaties, het servicepunt logistiek waar gezamenlijk aan wordt gewerkt en het kennisdistributiecentrum.”

Loonen: “Kennis is voorsprong en dat is altijd de grote kracht

van deze regio geweest. Daar moet je zeker in blijven investeren. Maar dan moet je ook werken aan de omgeving. Wil je dat mensen hier blijven, dan moeten de woonomgeving en de voorzieningen goed zijn. Tegenwoordig heeft Eindhoven een hip imago, terwijl Venlo niet echt tot de verbeelding spreekt. Maar voor pas afgestudeerden is Eindhoven erg prijzig, dus wijken zij uit naar Helmond, Deurne en Noord-Limburg, dus kun je wel degelijk kennis aantrekken door die gebieden aantrekkelijker te maken.” Hermans: “Wil je de mensen in Venlo en omstreken houden, dan moet je ze kunnen faciliteren in wonen en werken. Een nieuw stadion en een theater zoals de Maaspoort spelen daarbij een belangrijke rol. Dit zijn stappen in de goede richting, maar er kan nog verbeterd worden.”

Volgens Custers is dat een lastig uitdagend proces. “Venlo is meer afhankelijk van een hele grote kartrekker in de regio die kennis aan zich blijft binden. Met name naar buiten toe roepen we dat Venlo logistieke hotspot nummer één is, maar je moet ook duidelijk maken wat je nog meer kan zijn. Want die logistieke hotspot blijven we, gezien onze ligging, toch wel.” “En daarvoor hebben we ook juist de Floriade naar de regio toe gehaald”, haakt Loonen in. “Gedurende de Floriade hebben we de regio gepositioneerd als locatie waar food, logistiek, health en quality of life samenkomen. Op die manier kun je bedrijven zoals Océ-Canon hier houden, en daarmee ook de gepaard ▲



gaande werkgelegenheid, kennis en opleidingen. Deze regio heeft een goed ecosysteem op het gebied van fiscaliteit, aanbod van arbeid, ligging en infrastructuur. Door dit ruimtelijk gebied te creëren en in stand te houden en bedrijven ademruimte te geven, zorgt dit ervoor dat bedrijven worden verleid om zich hier te vestigen.”

Arbeidsmarkt

Vorig jaar bracht Ecorys Nederland BV in opdracht van VTL een rapportage arbeidsmarkt- en onderwijsinformatie uit voor de sector transport en logistiek. De belangrijkste conclusie uit het onderzoek was dat de economische crisis er toe heeft geleid dat bedrijven terughoudender zijn in het aannemen van personeel en er voor het vinden van stageplaatsen in enkele deelsectoren meer moeite gedaan moet worden. Deze negatieve effecten gelden vooral op de korte termijn. Op de lange termijn zijn de perspectieven op de arbeidsmarkt in de meeste deelsectoren goed vanwege de vergrijzing van het personeel en de investeringen in de bedrijfsinfrastructuur. Dat de vergrijzing tot een tekort aan personeel leidt, is volgens Semeijn echter niet terecht. “Oudere werknemers zijn juist uiterst nuttig voor de logistieke sector. Juist deze beroepsgroep is eindklantgericht en dat wordt ook binnen de logistiek steeds belangrijker. Bovendien zijn ze ook zeker bereid om te leren.”

“Momenteel werkt men veel met arbeidsmigranten”, zegt Schils, “maar ik vraag me af of dit een oplossing is voor de lange ter-

mijn. De werkprocessen worden complexer en hierdoor wordt er meer inhoudelijke kennis van de medewerkers gevraagd, ook op uitvoerend niveau. Ik denk dat het belangrijk is om naar je lokale mensen te kijken. Geef mensen meer zekerheid door het bieden van vaste contracten en zorg dat je de mensen aan je bindt en voldoende opleidt.” “Je ziet allerlei ontwikkeling op scholingsgebied”, geeft Hendricx aan. “Voorheen werd er aan alle kanten geroepen dat er een tekort aan personeel was, maar toen de economische crisis om de hoek kwam kijken werd er ineens een subsidie ingezet om mensen aan het werk krijgen. Op die onvoorspelbare ontwikkelingen kan je niet planmatig inspringen.” Hermans: “Wij hebben als beleid dat we ook ten tijde van crisis het gehele opleidingsbudget opmaken. Door mensen nu op te leiden en te investeren, ben je goed voorbereid op betere tijden. Dat dit wat op de cijfers kan drukken, nemen wij voor lief.”

Volgens Loonen is economische groei wel degelijk te realiseren met minder mensen door simpelweg efficiënter te werken. “Als ontwikkelingen tot een halt worden geroepen vanwege vergrijzing of een tekort, moet je zorgen dat je de mensen die je wel hebt blijft trainen en dat je slimme innovaties doet zodat je minder mensen nodig hebt.” Hermans knikt: “Automatisering en robotisering bieden dan zeker mogelijkheden. Daar zetten wij sowieso hoog op in.”

Schils: “Wanneer bedrijven overgaan op automatisering hebben ze inderdaad minder behoefte aan uitvoerend personeel, maar de

behoefte aan geschoold personeel neemt toe. Bovendien kunnen veel bedrijven die investering niet maken en hebben ze dus wel degelijk uitvoerend personeel nodig. Mensen die geschikt zijn voor de sector, blijven echter weg omdat zij de logistiek niet interessant genoeg vinden. De sector moet inzetten op sociale innovatie en deze doelgroep meer zekerheid bieden.”

Uitverkoop

Ook een tekort aan hoger opgeleid personeel zorgt voor problemen. Hensgens geeft aan dat er bij de Fontys Hogescholen een uitdaging ligt wat betreft behoud van kennis. “Het grootste gedeelte van de studenten is van Duitse komaf en keert na de studie terug. Als je de Duitse studenten in Nederland stage laat lopen, is de kans groter dat ze na hun studie hier blijven.”

Volgens Custers ligt het ook aan het aanbod van banen, dat sterk wordt beïnvloed door strategische beslissingen van de bedrijven zelf. “Hier in de regio zie je een uitverkoop van hoofdkantoren. Hierdoor worden de carrièremogelijkheden voor hoog opgeleide medewerkers kleiner en komt het plafond steeds sneller in beeld. De plekken waar de kruisjes worden gezet, zitten niet meer in deze regio. Er vindt een verschraling van het aanbod van vacatures plaats. En de functies die er nog wel zijn, worden door slimmer te werken steeds platter.”

Visitekaartje

Een andere trend waar de logistieke sector mee te maken heeft is die van de e-commerce. Steeds meer consumenten bestellen hun

producten online. Hoe kan de logistieke sector daar het beste op insprijnen? Schils ziet zeker kansen. “Voorheen werden er voornamelijk bestellingen per vrachtwagen naar de detailhandel gebracht. Nu vindt dit proces, dat steeds complexer wordt, op logistiek niveau plaats. Er liggen kansen door het leveren van toegevoegde waarde. Men verzorgt nu de bestelling voor de consument en bovendien ben je naast de verzorger van het transport ook het visitekaartje van je opdrachtgever. En aan die Value Added Logistics mag best een prijskaartje hangen.” “Dat klopt”, zegt Semeijn, “want je zit dichtbij de eindklant dus kun je ook meer verdienen.”

Ook Beurskens ziet de sector steeds verder ontwikkelen. “In het verleden ging het vooral om pallets. Nu heb je veel meer pakjes die rechte lijnen naar de consument gaan. Deze zendingen hebben andere karakteristieken en dan heb je ook andere logistieke oplossingen nodig om dat goed te kunnen faciliteren, zoals automatisering. Voor die technieken heb je andere kennis nodig die dat soort zendingen kunnen verwerken. Gelukkig zitten we hier dichtbij de integrators. En ook onze ligging nabij de Duitse markt en de aansluiting met luchtverkeersnetwerken zijn heel gunstig.”

Hendrix: “We staan aan het begin van de ontwikkeling van nieuwe ideeën. Dingen die we nu nog niet realistisch achten, zijn straks de normaalste zaak van de wereld. 20 Jaar geleden was de wereld heel erg klein, en dat is nu absoluut niet meer het geval.” ■



VEEL ONTWIKKELINGEN DIE PLEITEN VOOR FLEXIBILISERING

De wereld is behoorlijk in beweging. Zeker voor transportondernemers. Er zijn ontwikkelingen die het ondernemers niet makkelijker maken, zoals de Modernisering Ziektewet, die - kortgezegd - alle ziektekosten op het bord van de ondernemer legt. Dat betekent een grotere administratieve druk en financiële lasten. Deze ontwikkeling pleit voor flexibilisering, maar een ondernemer moet goed weten met welke partij hij zaken doet. "Selecteren op prijs is – met de huidige margedruk – verleidelijk, maar kan duur uitpakken", aldus Werner Schöen, vestigingsmanager van Worktrans en Workbus Uitzendbureau in Venlo. "Vertrouwt men er op dat het aan de achterkant goed zit, dan pas neem je een ondernemer werk en zorgen uit handen."

Weten wat er bij een bedrijf speelt is belangrijk. "Wij hebben allemaal op de

vrachtwagen of de bus gezeten en aan een half woord hebben we genoeg. Alleen dan kan je de juiste chauffeur achter het stuur zetten." Uitzenden of payroll betekent onbeperkte flexibiliteit, geen administratieve lasten en geen personeelsrisico's. Met gespecialiseerde flexpools kan er snel (24/7) gereageerd worden op de (in veel gevallen) 'ad-hoc' markt vraag.

Worktrans en Workbus

Worktrans richt zich op het flexibel inzetten van vrachtwagenchauffeurs en logistiek personeel, terwijl Workbus zich richt op het personenvervoer. Het dienstpakket bestaat uit uitzenden, payroll, werving en selectie, outplacement en EU-bemiddeling. Met 6 vestigingen in Nederland een landelijk netwerk, maar belangrijker nog: regionaal. ■

WORKTRANS
UITZENDBUREAU



Guido Derks en
Werner Schöen

WORKBUS
UITZENDBUREAU

Worktrans en Workbus Uitzendbureau
Jan van Riebeeckweg 13 B
5928 LG Venlo
T: 077 3 998 199, E: venlo@worktrans.nl
I: www.worktrans.nl / www.workbus.nl
Twitter @WorkVenlo



Voorop in de ontwikkeling van multimodale ketenregie

Seacon Logistics is dé logistieke ketenregisseur met een maritiem karakter. Wereldwijde logistieke vraagstukken lossen we in samenwerking met onze partners integraal op vanuit onze aanwezigheid in meer dan 75 landen. Seacon Logistics loopt al meer dan 25 jaar voorop in het toepassen van het multimodale transportconcept. Onze inlandlocaties aan spoor-, weg- en waterterminals zijn het fundament van waaruit wij wereldwijd opereren.

Meer weten? Neem dan contact op met onze afdeling sales, tel. 077 - 327 55 55, stuur een e-mail naar info@seaconlogistics.com of kijk op www.seaconlogistics.com



Advanced logistics for a smaller world

Overseas Logistics
Multimodal Inland Locations
Supply Chain Solutions



People, planet, profit - Seacon Logistics hecht sinds haar oprichting aan maatschappelijk verantwoord en duurzaam ondernemen. Niet voor niets houden we vast aan de kracht van ons multimodale transportconcept waarmee we het milieu ontlasten en de CO2-uitstoot beperken.

Seacon Logistics bv, Postbus 3071, 5902 RB Venlo
Venlo (NL) - Born (NL) - Meppel (NL) - Duisburg (DE) - Melzo (IT) - Budapest (H) - Moscow (RU)



8, 9 en 10 oktober in Evenementenhal Venray

Derde editie Ondernemers Vakdagen in aantocht

Voor het derde jaar op rij organiseert Evenementenhal Venray de regionale business-to-business netwerkbeurs Ondernemers Vakdagen. Het evenement heeft inmiddels zijn plek veroverd op de agenda van zakelijk Noord- en Midden Limburg.

Traditiegetrouw mag de beurs ook bezoekers uit Oost-Brabant en het grensgebied Duitsland verwelkomen. “Ook dit jaar verwachten we weer zo’n 5000 ondernemende bezoekers”, vertelt Robert Hoelen, verantwoordelijk voor de organisatie van Ondernemers Vakdagen. “Zij komen om te netwerken, nieuwe ontwikkelingen te spotten of hun relatie die op de beurs staat te ontmoeten. Na twee edities mogen we concluderen dat er ook echt zaken wordt gedaan, regelmatig kom ik samenwerkingsverbanden tegen die op de beurs zijn ontstaan.”

Deelnemersveld

“Ondanks de economische tegenwind, zijn we er in geslaagd een interessant deelnemersveld te realiseren. Van online marketing en aanbieders van apps tot payroll-diensten en kantoorinrichting. Maar ook instanties als de Kamer van Koophandel en, voor het eerst, het BBIE. Dat is het officiële bureau voor registratie van merken en modellen in de Benelux. Daarnaast is er ook een specialist aanwezig op het gebied van aanbestedingen en het schrijven van offertes. Komende editie hebben we ook aanbieders van zakelijk vastgoed en een bedrijf met duurzame oplossingen op het gebied van energie, hygiëne en veiligheid. Traditioneel ontbreken de financiële dienstverlening, werving en selectie en aanbieders van relatiegeschenken natuurlijk ook niet. Leuk te vermelden is dat VVV-Venlo terug is van weggeweest.”



Patrick van Buuren

Pleinen en Startersstraat

Tijdens de derde editie van Ondernemers Vakdagen zullen er ook weer beurspleinen zijn. Zo is netwerkorganisatie BS Morgen prominent aanwezig en ook MKB-Limburg staat met diverse leden op een plein. “Hier zullen ook verschillende presentaties gegeven worden”, vult Hoelen aan. “Net als tijdens de vorige twee edities komt er ook weer een Startersstraat, waar startende ondernemers hun bedrijf promoten.”

Side Events / Sprekers

Om het evenement voor de bezoeker nog completer te maken, wordt er dit jaar naast de beursvloer dagelijks een inspirerend Side Event georganiseerd. “Op dag 1 is dat het jaarsymposium van MKB Noord-Limburg, genaamd ‘Trends & Facts’, met onder andere het bevolgen verhaal van trendwatcher Ruud Veltenaar en Roy Noordhoek die vertelt over vrou-

wenmarketing. Aan het symposium kunnen overigens ook niet-leden van MKB-Limburg deelnemen. Op woensdag is er de netwerksessie Meet&Match van BS Morgen, waarin voor het eerst ook beursbezoekers kunnen participeren.”

Op de laatste beursdag, donderdag 10 oktober, vindt het congres ‘Succes door Innovatie’ plaats. “Dit wordt een bijzondere happening”, vertelt de beursorganisator enthousiast. “We hebben twee hele mooie sprekers bereid gevonden om te vertellen hoe zij, door innovatief en anders te denken, zeer succesvol zijn. Dit zijn Marco Aarnink, CEO van Drukwerkdeal.nl, die van zijn studentenproject een miljoenenbusiness heeft gemaakt. Zijn bedrijf gaat in 2013 een geschatte jaarmet van 30 miljoen (!!) euro draaien. De tweede spreker is Patrick van Buuren. Hij was voorheen commercieel verantwoordelijk voor de vergelijkingssites van Sanoma, waarvan de grootste Kieskeurig.nl is. Patrick is nu directeur van PLUX, een nieuwe app die uit gaat van het principe dat een scherm dichterbij is dan een winkel. De programmering van het congres wordt gecompleteerd met een forum waarin regionale ondernemers en ook de Kamer van Koophandel, hun visie geven op innovatie”, besluit Hoelen. ■

Ga naar www.evenementenhal.nl/ovd-ve2013 en vraag gratis kaarten aan voor uw beursbezoek



THE SCELTA INSTITUTE

VOOR AL UW MEETINGS EN B



ARRANGEMENTEN

MOGELIJK VANAF

€14,50 TOT €100,00

Vraag naar de extra aantrekkelijke 'Noord Limburg Business' borrel- en diner arrangementen.

Highlights van The Scelta Institute:

- Perfecte locatie voor zowel grote als kleine evenementen
- Eigen culinaire staf en professionele begeleiding tijdens voorbesprekingen
- Eigentijdse balans tussen zakelijk en persoonlijk
- Professione audio-visuele faciliteiten in het hele gebouw
- Sterk in zakelijke maatwerkprogramma's
- Gelegen naast de A73 met gratis parkeren in onze 'Sense of Nature' tuin voor 150 auto's

UTE

BEDRIJFSEVENEMENTEN



Ontmoeten, delen, verrassend, genieten, inspirerend, lekker eten....dat is The Scelta Institute

“Uw bijeenkomst perfect georganiseerd?”

Dat is nu precies waar wij goed in zijn. Samen een unieke ervaring creëren! Onze leidraad is dat alleen een mooie locatie nog geen garantie is voor een geslaagde meeting. Wat ons betreft gaat het om het combineren van uw wensen met onze creatieve ideeën. Of het nu gaat om een zakelijke of feestelijke bijeenkomst.

Wij organiseren jaarlijks meer dan 200 evenementen. Deze bijeenkomsten hebben een zakelijk, feestelijk, interactief karakter of een combinatie hiervan. Alles perfect en tot in de puntjes regelen is hierbij onze drijfveer.

Wilt u een persoonlijk voorstel ontvangen? Neem dan graag contact met ons op.

VERGADERINGEN RECEPTIES

LUNCHES **BEDRIJFSFEESTEN**

TRAININGEN MINI-BEURZEN

SEMINARS **BORRELS** DINERS

WIJNPROEVERIEN LEZINGEN

WORKSHOPS **PRESENTATIES**

TEAMBUILDING **CONFERENTIES**

PRODUCTPRESENTATIES



LIKE ONS OP FACEBOOK

/SCELTAINSTITUTE

THESCELTAINSTITUTE.COM

T +31 (0)77 324 1020
SEEYOU@THESCELTAINSTITUTE.COM

Niëns Horeca

Een begrip
in de regio

In Maasbree wordt het horecavak al 130 jaar succesvol uitgebaat door Niëns Horeca. Het succes van dit bedrijf is simpel volgens eigenaren Roy en Jo Niëns. "Wij ontzorgen onze gasten tot in de puntjes."

Familiebedrijf

De geschiedenis van Niëns Horeca gaat ver terug. In 1881 stichtte de overovergrootvader van Roy en Jo Niëns een herberg in het dorpje Maasbree. Toen zijn dochter, de oma van de huidige eigenaren het etablissement overnam en trouwde, kwam de naam Niëns in beeld. Via haar beide zonen kwam het bedrijf uiteindelijk in handen van de neven Jo en Roy, die nu samen met een trouw team de scepter zwaaien over het horecabedrijf met een restaurant, café-terras, drie zalen, een ijs-salon en een bowlingcentrum.

"Het feit dat Niëns Horeca een familiebedrijf is, zie je terug in de huiselijke sfeer die onze faciliteiten uitstralen, maar ook in de persoonlijke service die we onze gasten bieden", vertelt Jo Niëns. "Elke gast wordt hier tot in de puntjes ontzorgd."

We bieden een totaalpakket zodat de gast verder nergens naar om hoeft te kijken. Bijkomend voordeel is dat we als familiebedrijf niet gekoppeld zijn aan een keten, waardoor we snel kunnen schakelen en heel ver mee kunnen in de wensen van de gast." Maar volgens Roy Niëns speelt ook het betrokken team achter het horecabedrijf daarin een belangrijke rol. "We hebben een perfecte mix van jonge en oudere medewerkers die zich betrokken voelen bij het familiebedrijf, waardoor ieder personeelslid zich verantwoordelijk voor de gast voelt."

Trends op de kaart

Gasten die de betrokkenheid en flexibiliteit van Niëns Horeca zelf eens willen proberen, kunnen in Maasbree voor allerlei bijeenkomsten en evenementen terecht. Voor vergaderingen, feesten/partijen en andere bijeenkomsten stelt het bedrijf diverse zalen ter beschikking. Deze zalen zijn ieder in diverse stijlen ingericht en kunnen eenvoudig aan de wensen van de gast worden aangepast. De Bourgogne zaal beschikt zelfs over een eigen terras waar in de zomer bijvoorbeeld een barbecue kan worden geor-

fotografie: Marlies Laenen



De faciliteiten

- Restaurant met capaciteit tot 250 personen
- Drie zalen met capaciteit tot 450 personen (gecombineerd)
- Café-terras
- Bowling met 8 banen
- Ijsalon
- Catering
- Eigen gratis parkeerplaats



ganiseerd. Sfeervol lunchen of dineren kan in het restaurant, waar gasten kunnen kiezen van een kaart met voornamelijk Frans georiënteerde gerechten. Roy Niëns: “Naast de ‘klassieke’ keuken gaan we ook heel bewust mee met de culinaire trends. Niëns staat bekend om haar prijs-kwaliteitverhouding. Dit concept willen we niet veranderen, maar wel aanvullen door bijvoorbeeld ook fashion en Aziatische gerechten terug te laten komen in nieuwe concepten. Op die manier kan de gast steeds nieuwe gerechten proberen, zonder aan het ‘Niëns-concept’ te komen, en je laten inspireren door de verschil-

lende keukens.” Daarnaast kan Niëns ook catering verzorgen, zodat men op elke gewenste locatie van de heerlijke gerechten uit de keuken van het familiebedrijf kan genieten.

Culinair netwerken

Het restaurant is tevens het decor voor de activiteiten van businessclub Bizculi die door Niëns is opgericht. Bizculi is een exclusieve businessclub van ondernemers uit Noord en Midden Limburg. “Het uitgangspunt is dat men tijdens bijeenkomsten met maximaal 18 leden in gesprek gaat met een gevestigde ondernemer uit

Tour van de smaak

Dankzij de ligging van Niëns Horeca vormt het familiebedrijf een uitstekende locatie om de regio Noord-Limburg verder te leren kennen. Dat kan onder andere met het Tour van de smaak arrangement dat tot en met 31 december kan worden geboekt. De Tour van de smaak brengt deelnemers langs enkele regionale bedrijven die zijn gespecialiseerd in onder andere Vergeten Groenten, het Livar Kloostervarken en een Palingkwekerij. Niëns Horeca doet dienst als ontvangst-, lunch- en eindlocatie. Met de Tour van de smaak sluit Niëns Horeca aan bij het project ‘Regio Venlo, hoofdstad van de Smaak’. Sinds 2007 wordt er elk jaar in Nederland het nationale culinaire evenement De Week van de Smaak georganiseerd. Tijdens deze week staan traditionele, ambachtelijke, gezonde en duurzame voeding en streekproducten centraal. Deze producten worden door middel van verschillende activiteiten zoals kookdemonstraties, smaaklessen, proeverijen en markten aan het publiek gepresenteerd. Regio Venlo is door stichting Week van de Smaak uitgeroepen tot Hoofdstad van de Smaak 2013. De regio is druk bezig met de promotie en het organiseren van diverse activiteiten die in het kader van de Week van de Smaak gedurende het jaar plaats vinden. www.regiovandesmaak.nl

de regio, waarna een meergangendiner volgt. Tijdens het diner is het de bedoeling om jezelf te verkopen en te netwerken, onder begeleiding van moderators. We hebben bewust gekozen om de bijeenkomsten tussen 16.00 en 19.00 te laten plaatsvinden, om ook het thuisfront tevreden te houden”, vertelt Roy Niëns.

Educatieve noot

De faciliteiten van Niëns Horeca kunnen ook worden ingezet voor minder formele aangelegenheden zoals personeelsfeesten en bedrijfsuitjes. “Van een borrel met hapjes in ons café, een gezellig avondje bowling in het als Irish Pub ingerichte bowlingcentrum of een uitstapje naar de brouwerij van Hertog Jan, de mogelijkheden zijn legio”, vertelt Roy Niëns enthousiast. “Uiteraard kan er ook een educatieve noot worden toegevoegd aan de dag door middel van een workshop. We verzorgen zelfs diverse kookworkshops met keuze uit verschillende thema’s.” “Maar wat gasten uiteindelijk ook besluiten te gaan doen, onze gehele horecafamilie zal ervoor zorgen dat het hen aan niets ontbreekt. Iedereen is bij Niëns Horeca meer dan welkom”, aldus Jo Niëns. ■

www.nienshoreca.nl



PORSCHE SCENE LIVE

Porsche Scene Live is het maandelijkse tijdschrift voor de Porsche liefhebber. Vol met bijzondere Porsches en hun eigenaren, verslagen van Porsche evenementen van Nederlandse en Belgische bodem.

Prijs: € 4,49 (winkelprijs € 5,50)

Beschikbaar als: iOS en Android

GREAT BRITISH CARS

Great British Cars is een onafhankelijk magazine voor de liefhebber van Britse auto's en verschijnt in Nederland en België. Het blad staat boordevol reportages over alle Britse merken en typen uit heden en verleden.

Prijs: € 5,49 (winkelprijs € 6,95)

Beschikbaar als: iOS en Android



VOLVODRIVE MAGAZINE

Volvodrive Magazine verschijnt zes maal per jaar in Nederland en Vlaanderen en staat bomvol spraakmakende reportages en wetenswaardigheden over Volvo.

Prijs: € 5,49 (winkelprijs € 6,95)

Beschikbaar als: iOS en Android

SPORT & FITNESS MAGAZINE

Sport&Fitness Magazine is al 30 jaar het enige echte Nederlandse fitness magazine. Met recht een blad voor iedereen die gezonder, sterker en vitaler wil worden en blijven.

Prijs: € 4,49 (winkelprijs € 5,50)

Beschikbaar als: iOS en Android



SPANJE MAGAZINE

Voor iedereen die van Spanje houdt, met als uitgangspunt: 'la vida buena en España' – het goede leven in Spanje. Spanje Magazine staat vol met reportages, stedentrips, natuurritten en Spaans nieuws.

Prijs: € 3,59 (winkelprijs € 4,95)

Beschikbaar als: iOS en Android

magzine.nu

DE DIGITALE KIOSK



M O D A

BARDOLINO

Exclusieve mode voor mannen met stijl



Pal Zileri | Cortigiani | Trussardi | Vanlaack | H. Bauer (cabrio) Jacks e.a.

Ook voor maatwerk kostuums, shirts en leren jacks
Maasstraat 4, 6001 EC Weert, www.modabardolino.nl

EEN LOCATIE MET KARAKTER IN HET HART VAN WEERT!

MUNTTHEATER



Bent u op zoek naar de perfecte locatie voor uw congres, symposium, presentatie, bedrijfsfeest of galadiner? Wij leveren op een gastvrije en professionele wijze maatwerk voor de organisatie van uw zakelijke evenementen, in onze theaterzaal of gezellige foyer.

Neem voor informatie contact met
Gonny Hogenvorst
0495-513575 of
zakelijk@munttheater.nl

HET MUNT THEATER KAN OOK UW PODIUM ZIJN!

Bouwen met Cradle to Cradle® creëert meerwaarde!

FOTOGRAFIE MARLIES LAENEN

De regio Venlo is wereldwijd een koploper op het gebied van Cradle to Cradle®. Het gedachtegoed is geland en toegepast in verschillende projecten, waaronder de nieuwbouw van Stadskantoor Venlo. Van ambitie naar toepassing, hoe doe je dat? C2C ExpoLAB heeft hier ervaring in.

“Een zo groot mogelijke positieve voetafdruk achterlaten voor onze kinderen en kleinkinderen, dat is de kern van de Cradle to Cradle® gedachte. Een mooie ambitie. De uitdaging is hoe deze gedachte toegepast kan worden in de praktijk”, legt Bas van de Westerlo uit. Bas is Cradle to Cradle® getraind consultant bij het C2C ExpoLAB, specialist in het vertalen van ambities in concrete, meetbare oplossingen.

Meetbare doelstellingen

Ondanks dat er voor de bouw diverse gecertificeerde producten voorhanden zijn, is het nog niet mogelijk een 100% Cradle to Cradle® gebouw te realiseren. Des te belangrijker is het om focus aan te brengen. Het definiëren van praktische, meetbare doelstellingen is daarbij essentieel. C2C ExpoLAB is als Cradle to Cradle® adviseur vanaf de start van het proces betrokken bij diverse projecten in de bebouwde omgeving. Zo ook bij het nieuwe Stadskantoor Venlo. “Voor Stadskantoor Venlo zijn vier meetbare C2C-doelstellingen vastgelegd in een roadmap, een groeimodel waarin de doelen in de tijd zijn uitgezet”, aldus Bas. “Oplossingen dienen vervolgens maximaal bij te dragen aan de vastgestelde doelen.” C2C ExpoLAB inspireert continu het projectteam, bewaakt de C2C-

doelstellingen en daagt de markt uit te komen met oplossingen. Gezamenlijke atelrierdagen in de inspirerende ruimte van C2C ExpoLAB zetten aan tot synergie tussen oplossingen en disciplines.

Meerwaarde!

De groene gevel van het Stadskantoor van circa 2.000 m² is integraal onderdeel geworden van het gebouw en zuivert onder andere de uitgaande lucht waardoor de luchtkwaliteit tot 500 meter van het gebouw verbetert. Het gebouw wekt zo veel mogelijk hernieuwbare energie op en is voorbereid deze hoeveelheid verder toe te laten nemen om uiteindelijk een energie positief gebouw te worden.

Hemelwater wordt opgevangen op de daken voor de besproeiing van de groene gevel. Water van onder andere wastafels wordt gezuiverd door een rietveld en gebruikt voor de toiletten.

Materialen zijn zo gekozen dat ze een positief effect hebben op mens en omgeving. “Diverse gecertificeerde producten zijn voorgeschreven en we dagen de markt uit om te komen met oplossingen in lijn met de Cradle to Cradle® principes.”

Stadskantoor Venlo toont aan dat investeren in innovatieve duurzaamheid loont. Ook financiële meerwaarde doordat, gedurende de gebruiksduur van het



gebouw, fors bespaard en zelfs verdiend zal worden op de exploitatiekosten.

Kenniscentrum

C2C ExpoLAB is een kenniscentrum, gevestigd in Venlo, met gespecialiseerde adviseurs die samenwerken met overheden, architecten, projectontwikkelaars en onderwijs instellingen om innovatie aan te jagen door Cradle to Cradle®. Het platform waarop de kennis wordt gedeeld, is het C2C-Centre (www.c2c-centre.com). Dit is een investering in het C2C-BIZZ project. In het C2C-BIZZ project wordt gekeken hoe Cradle to Cradle® kan worden vertaald in bestaande en nieuwe bedrijventerreinen. Het C2C-BIZZ project is een samenwerking van 11 Europese partners, wordt ondersteund door de Europese Unie en mede gefinancierd door het INTERREG IVB North West Europe programma. ■



"C2C EXPOLAB is een kenniscentrum, gevestigd in Venlo, met gespecialiseerde adviseurs die samenwerken met overheden, architecten, projectontwikkelaars en onderwijsinstellingen om innovatie aan te jagen door Cradle to Cradle".




C2C EXPOLAB
ENJOYING DEVELOPMENT



MEER WETEN?

WWW.C2CEXPOLAB.EU
INFO@C2CEXPOLAB.EU
077 396 8007

STADSKANTOOR VENLO
BRON: KRAAIJVANGER ARCHITECTEN



IS ER IN DE REGIO VENLO NOG WEL KUNSTUITLEEN? (HET ANTWOORD IS 'JA!')

Galerie
Ptah kunstadvies
Venloseweg 2,
5931 GT Tegelen
077-3230075
e-mail: info@ptah.biz

Openingstijden:
dinsdag tot en met vrijdag
van 09.00 uur tot 17.00 uur.
Zaterdag en zondag van
13.00 uur tot 17.00 uur.

www.ptah.biz

De kunstuitleen en galerie van Ptah kunstadvies vindt u aan de Venloseweg 2 in Tegelen. In een inspirerende en mooie omgeving kunt u genieten van kunst. Kunst die u in huis kunt halen, door het gewoon de 'lenen'. Ptah kunstadvies heeft een uitgebreide collectie hedendaagse en betaalbare kunst. Bij Ptah kunstadvies kunt u kunst huren, huren & sparen of kopen.

- PRACHTIGE GALERIE EN BEELDENTUIN
- KUNST HUREN, SPAREN OF KOPEN
- KUNSTADVIES AAN HUIS!
- RUIME WISSELENDE COLLECTIE MET FANTASTISCH WERK VAN VELE KUNSTENAARS
- KOSTELOOS KUNST IN HUIS, OP PROEF

WWW.PTAH.BIZ

**ZATERDAG
EN ZONDAG
GEOPEND**
van 13.00 uur
tot 17.00 uur



BS MORGEN NETWERKPLEIN TIJDENS ONDERNEMERS VAKDAGEN VENRAY

Op 8, 9 en 10 oktober zal BS Morgen aanwezig zijn met het BS Morgen Netwerkplein op de Ondernemers Vakdagen in Evenementenhal Venray, dat opnieuw het toneel is van deze succesvolle netwerkbeurs voor MKB-bedrijven in Limburg, Oost-Brabant en het grensgebied Duitsland. Duizenden zakelijke bezoekers vinden tijdens deze drie topdagen hun weg naar een bruisende Evenementenhal, op zoek naar nieuwe producten, ontwikkelingen en contacten. Een verfrissend zakelijke evenement dat u niet mag missen! Ik heet u van harte welkom op 8, 9 en 10 oktober op het BS Morgen Netwerkplein, waar de volgende bedrijven zich aan u presenteren:

- BS Morgen – www.bsmorgen.nl
- Paradigit / Remcoh - www.remcoh.nl
- HR Groep – www.hrgroep.nl
- Minitree – www.minitree.nl
- Kenneth Smit Training, Harry van Dreumel – www.kennethsmit.com
- Beech IT – www.beech.it
- Gommans & de Wit Leasing – www.gommansendewit.nl



NETWERKSESSIE MEET&MATCH OP WOENSDAG 9 OKTOBER

Het 3e jaar op rij, en met succes, organiseert BS Morgen i.s.m. Evenementenhal Venray Meet&Match. Nieuw dit jaar is dat naast exposanten van de Ondernemers Vakdagen ook u als bezoeker aan Meet&Match kunt deelnemen. Op weg naar nieuwe contacten, afspraken, adviezen en aanbevelingen! De netwerksessie is in de ochtend voorafgaand aan de beurs inclusief lunch. Meer informatie en inschrijven via www.bsmorgen.nl

CONGRES 'SUCCES DOOR INNOVATIE' DONDERDAG 10 OKTOBER

BS Morgen is trots te mogen vermelden mede-initiator te zijn van het congres 'Succes door Innovatie'. Dit congres wordt op donderdag 10 oktober (laatste beursdag) naast de beurs georganiseerd. "Een van de kernwoorden van Ondernemers Vakdagen dit jaar is 'innoveren', samen met organisator Robert Hoelen van Evenementenhal hebben we rondom dit thema een veelbelovend congres neergezet", vertelt René Luijten van BS Morgen. "Er komen twee zeer interessante sprekers aan het woord, die beiden een succescase tonen, daarnaast komt er een interactief forum met medewerking van verschillende partijen zoals de Kamer van Koophandel."



René Luijten BS Morgen en Tamara Thijssen van Toverland toasten op een succesvolle bijeenkomst.



HILARISCH ZOMER EVENT TOVERLAND

Op 15 augustus j.l. organiseerde BS Morgen i.s.m. Toverland een enerverend Zomer Event. Leden en relaties van BS Morgen werden ontvangen met een heerlijk Chinees/Indisch buffet. Tijdens het welkomstwoord werden de nieuwe leden voorgesteld; Marjolein Uphoff en Corine Fleuren van Minitree, Dave Hally van Vissers Olie en Jack van Kessel van Uniglobe Easy Travel. Daarna ging men in groepjes opdrachten uitvoeren door foto's en filmpjes te maken in het park.

Het was, je mag wel noemen, hilarisch! Na afloop sloten we af met een borrel en een hapje en werden we getrakteerd op een prachtige fonteinenshow. Tot in de late uurtjes was het nog samen volop genieten van een voornamelijk gezellige en informele bijeenkomst. De 'hilarische' foto's en filmpjes zijn binnenkort te zien.

AGENDA BS MORGEN

06-09-2013 – Bedrijfsbezoek bij 2.0 Architecten

10-09-2013 – Business Matching Cluster Regio Roermond

11-09-2013 – Business Master 'een leven lang gezond werken'

18-09-2013 – Business Matching Cluster Regio Venlo

Bekijk de complete agenda op www.bsmorgen.nl



morgen
business sociëteit

Ron Coenen, Projectmanager
 TRIAS BV, ron@trias-subsidie.nl,
 077-3560100



'Put your money where your mouth is'

MKB is de motor van de economie en innovatie is belangrijk voor economisch herstel. Als het recept bekend is, waarom wordt het medicijn dan beperkt toegediend?

Eindelijk, na drie jaar, krijgt het MKB toegang tot het Topsectorenbeleid van de overheid. Onderdelen van de regeling MKB-Innovatiestimulering Topsectoren (MIT) gingen op 15 en op 22 mei open voor 8 Topsectoren. De haalbaarheids- en R&D mogelijkheden zijn voor bijna alle opengestelde Topsectoren de eerste dag al vele malen overvraagd. Per Topsector is ongeveer €2 miljoen beschikbaar. Daarmee komt het beschikbare MIT budget voor de 8 opengestelde Topsectoren voor 2013 op €16 miljoen.

De minimale investering van de overheid in de motor van onze economie wekt verbazing. Het belang van innovatie binnen het MKB en van private R&D investeringen, wordt daarmee niet gehonoreerd. Met het beschikbare budget kan nog geen 30% van de aanvragen beschikt worden. Ieder ingediend haalbaarheids- en R&D project bestaat respectievelijk voor 50% en 40% uit subsidie. Dit betekent dus respectievelijk 50% en 60% inzet van private R&D middelen. Vonden we dat belangrijk? Daarnaast erg zuur als je deze minimale investering in het MKB vergelijkt met investeringen van die zelfde overheid in het redden van de bankensector.

Gezien de grote belangstelling voor MIT, stelt de overheid hiermee instrumenten beschikbaar die aansluiten bij wat er leeft en wat er nodig is binnen het MKB. Nu nog met harde pecunia laten zien dat de overheid innovatie binnen het MKB serieus neemt. Aangezien het MKB de motor van onze economie is: 'put your money where your mouth is'.

Volg ons op website (www.trias-subsidie.nl) en linkedin (www.linkedin.com/company/trias-bv) voor het laatste nieuws.



Uw donatie
 komt
 rechtstreeks
 op mijn
 bordje
 terecht


 Stichting Weeshuis Sri Lanka®
www.weeshuissrilanka.nl

COMMUNICATIE als key succesfactor!

advies, redactie, ontwerp en productie
 van al uw communicatiemiddelen

van zandvoort
 communicatie



Korversberg 33 - 6471 BC Eygelshoven - T 045 5463012
 M 06 2753 4199 - E rene@vzc.nu

Investeren vanaf 1 juli 2013: fiscaal voordeel!

Op basis van de crisismaatregel konden ondernemers over investeringen in 2009 tot en met 2011 willekeurig afschrijven. Investeringen in 2012 vallen niet onder deze mogelijkheid. Met het oog op de economische ontwikkeling is er (weer) een nieuwe tijdelijke regeling gekomen: investeringen in de periode 1 juli 2013 tot en met 31 december 2013 kunnen weer extra worden afgeschreven.

Voor welke ondernemers?

Zowel ondernemers in de vennootschapsbelasting als ondernemers in de inkomstenbelasting kunnen gebruik maken van deze tijdelijke regeling.

Voor welke bedrijfsmiddelen?

De regeling geldt alleen voor nieuwe bedrijfsmiddelen! Te denken valt aan computers, bedrijfsauto's, milieuvriendelijke personenauto's, machines.

Een aantal bedrijfsmiddelen is uitgezonderd. De regeling geldt (onder andere) niet voor: grond en gebouwen, bromfietsen en motoren, dieren en niet-milieuvriendelijke personenauto's. Tevens geldt de regeling niet voor bedrijfsmiddelen die worden verhuurd.

De aangeschafte bedrijfsmiddelen moeten uiterlijk 1 januari 2016 in gebruik zijn genomen.

Extra afschrijven!

Op de investeringen mag in 2013 eenmalig maximaal 50% extra worden afgeschreven. Het restant moet op de reguliere wijze worden afgeschreven. Dat betekent voor deze investeringen dat in 2013 zowel de normale afschrijving als de extra afschrijving ten laste van het resultaat mag worden gebracht!

(LET OP: bij de crisismaatregel 2009-2011 mocht er gedurende de gehele levensduur willekeurig worden afgeschreven! In de huidige regeling mag dat alléén in 2013!!)

De extra afschrijving mag worden geclaimd indien het bedrijfsmiddel in 2013 in gebruik is genomen. Als het bedrijfsmiddel in



Mr. F.G.P.A. (Fer) Verbeek FB
vennoot bij Rühl Haegens Molenaar

2014 of later in gebruik wordt genomen, dan is de versnelde afschrijving alleen mogelijk tot het bedrag van de betaling in 2013.

Door willekeurig af te schrijven in 2013 kunt u dus afschrijvingskosten naar voren halen en dus eerder fiscaal voordeel genieten. Daardoor kunt u over extra liquiditeiten beschikken die u bijvoorbeeld kunt gebruiken om (versneld) bedrijfsinvesteringen te doen.

LET OP: een toegepaste versnelde afschrijving kan niet worden "teruggenomen"! De keuze om extra af te schrijven is dus een definitieve. De keuze hoeft echter pas gemaakt te worden bij het indienen van de aangifte over 2013. Dat zal pas in de loop van 2014 zijn, zodat op dat moment zorgvuldig kan worden afgewogen of extra afschrijven inderdaad verstandig is.

TIP:

Indien u het bedrijfsmiddel in 2013 nog niet in gebruik hebt genomen, kan het fiscaal aantrekkelijk zijn om een deel toch alvast in 2013 aan te betalen! ■

www.rhmweb.nl, info@rhmweb.nl

Toplocaties in



Of u nu op zoek bent naar een evenementen-, outdoor-, training- of vergaderlocatie of gewoon gezellig wilt lunchen met uw relatie: de regio Noord-Limburg heeft volop te bieden. Toplocaties liggen in de buurt, zijn makkelijk te vinden en zijn goed bereikbaar. Noord-Limburg Business laat u een overzicht zien van locaties die deze benodigde ingrediënten hebben om uw samenzijn iets extra te geven. Rust en ruimte worden in verschillende sferen geboden. Exclusiviteit en huiselijkheid zijn kernwoorden die in Noord-Limburg centraal staan. Dus altijd het perfecte decor voor uw evenement bij u in de buurt.

Noord-Limburg

Hostellerie de Hamert

*De lekkerste pannenkoeken van Limburg!
En het bezoekerscentrum van nationaal park
de Maasduinen. De Jachthut beschikt over 2
grote parkeerplaatsen en is een unieke loca-
tie, ook voor (familie) feesten, partijen en ver-
gaderingen. Gelegen op knooppunt 74 van de
fietsknooppuntenkaart voor Noord-Limburg.*

Twistedenerweg 2 – Wellerlooi.
T (077) 473 16 18
I www.dejachthut.nl



Dieren uitdagend dichtbij!

*Beleef een spannende ontdekkingsreis door
Zoo Parc Overloon. Sta oog in oog met
indrukwekkende dieren als wilde honden,
cheetahs, tapirs, kamelen, witwanggibbons
en reuzenmiereners.*

Stevensbeekseweg 19-21
5825 JB Overloon, T 0478 64 00 46
I www.overloonzoo.nl

*Ook veel mogelijkheden
voor teambuilding*



Galerie de Hoeve

*Door de diversiteit en stijl van ruimte is
Galerie de Hoeve zeer geschikt voor zakelijke
en feestelijke bijeenkomsten. Van compleet
verzorgde (walking)Diners en (gala)feesten
tot congressen en aangeklede borrels.*

Hakkesstraat 30 - 5916 PX Venlo
T 0773545560
info@galeriedehoeve.nl
www.galeriedehoeve.nl



Kortenbos MBC

*Pure Luxe, rust, ruimte en gastvrijheid.
Kortenbos MBC biedt een bijzondere locatie
voor coaching, training of momenten van rust
en reflectie.*

Kortenbos 9 • 5864 CW Meerlo
T 0478 – 690 838 • F 0478 – 698112
E info@kortenbos.nl • I www.kortenbos.nl



Brasserie Maasduinen & Café Lief

*In deze bosrijke, ontspannen omgeving ligt Brasserie Maas-
duinen. De perfecte locatie voor uw zakelijke lunch en waar
vergaderen in een relaxte sfeer gegarandeerd is. Naborrelen
en netwerken in Café Lief maakt van uw dag een succes!*

Route A73 afslag 17

Maalbekerweg 25
5951 NS Belfeld
T 077-4751782
E info@brasseriemaasduinen.nl
I www.brasseriemaasduinen.nl

NOORD-LIMBURG

BUSINESS®

HAD U HIER WILLEN STAAN?

**NEEM DAN CONTACT OP MET
AYSUN MAHUBESSY-SARUHAN
024-6421917**

BUSINESS FLITSEN

BOB-BORREL BIJ BEACHCLUB LEUKERMEER

Na twee zeer succesvolle evenementen organiseert Noord-Limburg Business op 11 september opnieuw een BoB-borrel bij Beachclub Leukermeer in Well. Naast ruimte voor netwerken zal een panel van regionale ondernemers zich tijdens een plenaire sessie over het onderwerp 'Ondernemen in crisistijd' buigen. Het debat zal worden geleid door Jan-Jaap In der Maur van Dagvoorzitter.nl. Het programma duurt van 17.00 tot 21.30 en is terug te vinden op www.noordlimburgbusiness.nl/bob.

Aanmelden voor deze BoB kosteloos, maar wel verplicht. Registreer uw komst en mail uw gegevens naar Danny Toonen via danny@vanmunstermedia.nl. Bent u benieuwd naar het BoB-concept? Bekijk dan de foto-impressie van de vorige BoB-borrel op www.noordlimburg.businessontmoet.nl. Neem voor meer informatie over BoB contact op met BoB-organisator Danny Toonen (024 - 350 3240 / 06 - 549 13037).



KLG EUROPE START STRATEGISCHE ALLIANTIE TURKSE TRANSPORTGIGANT

KLG Europe is met ingang van 1 augustus jl. in Turkije een strategische samenwerking aangegaan met een van de grootste logistieke dienstverleners in Turkije. EKOL is met een Europese staf van 1.000 personeelsleden, een Turkse staf van 4000 personeelsleden, een eigen transportvloot van 2.000 trailers, 500 swap body's en een totale warehouse capaciteit van maar liefst 400.000 m², logistiek marktleider in Turkije. De KLG vestiging in Istanbul zal in de EKOL organisatie worden geïntegreerd. Voornaamste reden om de eigen vestiging over te dragen aan EKOL is de enorme groei van het verkeer naar Turkije en het Midden-Oosten en de sterk toegenomen eisen van de klanten. EKOL beschikt in Turkije over een eigen distributie netwerk, eigen douanefaciliteiten en is intermodaal de absolute marktleider. "Samenwerken met sterke partners past perfect binnen onze bedrijfsstrategie en de kansen die EKOL ons biedt om onze marktsituatie op Turkije, het Midden Oosten maar ook Paneuropees, verder te ontwikkelen en te verstevigen zijn enorm. Naast het vervoer over de weg willen wij intensief verder bouwen aan onze intermodale positie op de Europese transportmarkt. EKOL, die naast de enorme eigen vrachtautovloot op een aantal lijnen binnen Europa "eigen" treinen inzet, past perfect binnen dit plaatje", aldus Kees Kuijken CEO van KLG Europe. Door deze samenwerking biedt KLG Europe nu in beide richtingen meerdere dagelijkse vertrekken aan, over zowel de weg als via het spoor en verdubbeld hiermee haar volumes.

BESTE BINNENSTAD: VENLO BIJ LAATSTE TIEN

Het platform Binnenstadsmanagement heeft laten weten dat Venlo bij de laatste 10 kandidaten zit voor de beste binnenstad 2013-2015. Concreet is Venlo genomineerd in de categorie middelgrote binnensteden, samen met Assen, Delft, Veenendaal en Zaandam. Bij de grote steden zijn nog in de race Amsterdam, Den Haag, Dordrecht, Haarlem en Leeuwarden. "Eigenlijk zitten we dus bij de laatste vijf," reageert wethouder Stephan Satijn. Hij is verguld met de nominatie: "Het is een erkenning van de kwaliteiten van Venlo. En ook van de inspanningen die we ons de laatste jaren hebben getroost, samen met Venlo Partners en de ondernemers. Iedereen die Venlo bezoekt valt het op: er is en wordt gigantisch geïnvesteerd in de stad. Maar het uiteindelijke doel is dat nog veel meer mensen Venlo bezoeken." In de loop van september zal het platform Binnenstadsmanagement per categorie twee finalisten bekendmaken. Er blijven dan dus vier finalesteden over. In die steden wordt vervolgens een consumentenonderzoek gehouden. Ze krijgen ook allemaal bezoek van de jury. Uiteindelijk wordt dan op 21 november tijdens een feestelijke bijeenkomst in Eindhoven, bekendgemaakt wie zich beste Binnenstad 2013-2015 mag noemen. www.debestebinnenstad.nl. Kijk voor meer actueel nieuws op www.noordlimburgbusiness.nl en Twitter @NoordLimburgBiz.



Personeelsdiensten op maat:

- werving & selectie
- HR-diensten
- payroll
- uitzenden
- detacheren



Ontdek hoe **ENJOB** u van dienst kan zijn. Enjoy your job!

Spoorstraat 42-52 - 5911 KJ Venlo - **Tel:** 077-7630405
Fax: 077-7630406 - **E-mail:** info@enjob.nl - www.enjob.nl

BUSINESS FLITSEN

THEATER DE MAASPOORT EERT VENLONAAR FRANS BOERMANS

Op zondag 18 augustus j.l. werd de nieuwe middenzaal in het bijzijn van de familie Boermans en genodigden feestelijk omgedoopt tot Frans Boermans zaal waarmee de Maaspoort de in 1999 overleden Venlose componist, tekstdichter en toneelschrijver Frans Boermans blijvend wil eren voor al het culturele erfgoed dat hij heeft nagelaten. Boermans keert -symbolisch- definitief terug naar het theater, waarmee tevens zijn vurigste wens, een klein streektheaterke realiseren t.b.v. het Volkstheater, postuum in vervulling kan gaan. Afgelopen zondag onthulde Mevrouw Boermans bij de ingang van de nieuwe theaterzaal een prachtig borstbeeld van Frans Boermans met de naam 'FRANS BOERMANS ZAAL', stijlvol omlijst door zijn prachtige tekst "Theater van het Laeve". Het lijkt alsof Frans Boermans dit lied destijds al op het lijf van Theater de Maaspoort heeft geschreven.

Vanaf september kan heel Venlo en de regio het theaterseizoen geheel vernieuwd gaan 'beleven' in een multifunctioneel modern gebouw. Uiteraard trapt het Volkstheater Frans Boermans het nieuwe theaterseizoen af met de voorstelling 'Een straatje van niks, die Floddergats' in de Frans Boermans zaal. De nieuwe zaal is mede door zijn multifunctionele karakter met hightech mogelijkheden een spectaculaire aanvulling waar de Maaspoort lang op heeft gewacht. Het publiek kan ook bij staconcerten komen swingen op de dansvloer en tijdens cabaretvoorstellingen genieten van hapjes en drankjes in een gezellige café opstelling. Verder is deze zaal uitermate geschikt voor zakelijke bijeenkomsten, feesten en zelfs huwelijken, nu Theater de Maaspoort officieel benoemd is tot trouwlocatie.



SOCIALE INNOVATIE BINNEN MKB VERSTERKT CONCURRENTIEKRACHT

MKB-bedrijven die sociaal innoveren, versterken daarmee hun concurrentiekracht. Dit blijkt uit een verkennend onderzoek van Panteia/EIM naar de praktijk van sociale innovatie in het MKB. Teambuilding blijkt de drijvende kracht hierbij te zijn. De kern van het onderzoek wordt gevormd door negen cases van sociale innovatie uit het midden- en kleinbedrijf. De cases zijn alle gebaseerd op de dagelijkse werkpraktijk van Syntens Innovatiecentrum, de landelijke organisatie die innovatie in het MKB stimuleert. Bij sociale innovatie binnen bedrijven staan organisatorische vernieuwingen gericht op grotere betrokkenheid van het personeel in het gehele bedrijfsproces centraal. In het verkennend onderzoek van Panteia/EIM is duidelijk geworden dat meer verantwoordelijkheid voor het personeel bij voorkeur niet beperkt moet blijven tot de operationele processen. Het loont om binnen het MKB op marktstrategisch gebied veel meer ruimte voor het personeel te creëren. Juist door het optimaal benutten van het personeel, niet alleen in het directe contact met de klant, maak ook in het verkennen van nieuwe markten en mogelijkheden tot marktwerking, wordt sociale innovatie nog krachtiger ingevuld en is de impact op de bedrijfsresultaten daarvan nog sterker. Het gehele onderzoeksrapport is te lezen via http://issuu.com/syntens/docs/innovieren_achter_de_schermen.

LIMBURGSE GEMEENTEN GUNNEN AFVALVERWERKING AAN ATTERO

Het bestuur van de Vereniging Afvalsamenwerking Limburg heeft met ingang van 1 januari a.s. de verwerking van het restafval van de Limburgse gemeenten definitief gegund aan Attero. De bezwarentermijn is inmiddels verstreken. Eerder was het GFT-contract definitief aan hetzelfde bedrijf gegund. Het contract voor restafval zal minimaal 5 jaar lopen en dat voor GFT 2 jaar. Beide contracten kennen verlengingsmogelijkheden die kunnen oplopen tot een contractduur van maximaal 10 jaar. Het tarief voor het restafval zal € 63,77 per ton gaan bedragen dat voor GFT € 36,-. De tarieven worden de eerste 5 jaar van de looptijd niet geïndexeerd. Ten opzichte van de huidige tarieven zijn de Limburgse gemeenten per te verwerken ton een kleine € 55,- goedkoper uit voor het restafval en nagenoeg € 10,- per ton goedkoper voor het GFT. Limburgbreed betekent dat een kostenreductie van ongeveer € 10 miljoen per jaar ten opzichte van nu. Eerder werd het verwerken van het restafval voorlopig gegund aan AVR Afvalverwerking. Bij de gebruikelijke verdere toetsing bleek de inschrijving niet aan alle vergunningsvereisten te voldoen. Medio april moest daarom de gunningsbeslissing herzien worden ten gunste van Attero. Dit werd vervolgens door AVR aangevochten voor de rechtbank. De rechtbank wees alle vorderingen van AVR af en inmiddels is daar ook geen beroep meer tegen mogelijk, zodat de gunning aan Attero definitief kon worden. Attero is ook de huidige verwerker van het Limburgse afval. Kijk voor meer actueel nieuws op www.noordlimburgbusiness.nl en Twitter @NoordLimburgBiz.

De effecten van kleuren op logo's

Kleur je logo

Kleuren roepen associaties op en heeft een grote invloed op de herkenbaarheid van een merk. Doordacht kleurgebruik kan dus bijdragen aan het bouwen van een sterk logo of een goede huisstijl. In dit artikel worden een aantal veelgebruikte kleuren en hun positieve en negatieve associaties op een rij gezet.

Rood

De kleur rood staat voor spanning, gevaar en brand, maar ook voor levenskracht, warmte en liefde. Rood is een kleur van actie en heeft een duidelijk effect op ons lichaam. Bij deze kleur worden de hersenen actiever, gaat de hartslag omhoog en wordt de ademhaling versneld. Binnen de marketing en communicatie wordt deze kleur om die reden ook veel gebruikt voor zogenaamde actiereclame en implusreclame. Bekende merken die hier gebruik van maken zijn Coca-Cola en HEMA, maar ook H&M en Eneco.

Oranje

Oranje wordt in Nederland geassocieerd met het koningshuis en voetbal. De term oranjegevoel en oranjegekte zijn inmiddels flink ingeburgerd. Oranje wordt net als rood geassocieerd met warmte en energie. Het is de kleur van de opkomende en ondergaande zon, waardoor we het ook linken aan een zonnig (vakantie) gevoel. De kleur staat ook voor de herfst en de daaraan gekoppelde associaties zoals oogst, feest, vruchtbaarheid en rijkdom. Een felle kleur oranje wordt echter weer geassocieerd met kenmerken zoals heftig, indringend en rustverstoring. Ook feloranje wordt om die reden gebruikt voor actie en uitverkoop. TNT, Blokker, Appelsientje en Arke maken gebruik van de associaties van oranje.

Geel

Ook met geel kan je twee kanten op. Wanneer de kleur meer naar oranje neigt, staat geel voor warmte en helpt het tegen neerslachtigheid. Goudgeel wordt juist geassocieerd met kostbaarheid en zeldzaamheid en daarmee met luxe en kwaliteit. Felgeel is echter weer heel indringend en kan negatieve associaties oproepen zoals haat, jaloezie en vijandschap. Omdat felgeel meteen opvalt, wordt het ingezet bij ambulances en kleding van wegwerkers. Geel wordt voor speelgoed voor kleine kinderen vaak gecombineerd met de andere primaire kleuren rood en blauw. Deze combinatie komt bij een huisstijl dus ook kinderlijk over, maar merken Lego en Intertoys maken daar dankbaar gebruik van. Primaire kleuren worden ook ingezet door de goedkope merken Lidl, Zeeman, Ikea en fastfoodketens. Wanneer je geel inzet moet je dus goed opletten welke tint je kiest. De gele kleur van Zwitsal straalt heel iets anders uit dan de gouden kleur van veel parfum- en luxe kledingmerken. Daarnaast is geel tegen een witte achterkleur niet goed te zien, dus wordt geel meestal gebruikt als achtergrondkleur.

Groen

Veiligheid, vertrouwd, een rustige leefomgeving; de kleur groen staat voor

natuur en groei. Groen heeft een kalmerende invloed en laat zien wanneer het veilig is om over te steken. Bij gifgroen denk je echter eerder aan vergif, terwijl geelgroen weer doet denken aan de lente. Groen is een ideale kleur voor bedrijven die hun milieubewuste beleid centraal willen stellen, maar ook tuincentra, hoveniers en Staatsbosbeheer maken gebruik van deze kleur vanwege de associatie met natuur. Groen staat naast natuur ook voor betrouwbaarheid, waar merken zoals Transavia.com, Sony Ericsson en bp zich graag mee laten associëren. En de frisse kleur van het merk Heineken moet natuurlijk ook met een link naar de lente aanzetten tot een verfrissend biertje met pure ingrediënten.

Blauw

Deze kleur is favoriet als het op logo's en huisstijlen aankomt. Blauw staat immers voor betrouwbaarheid, zakelijkheid en verantwoordelijkheid. De Postbank had jarenlang een succesvolle imagocampagne gekoppeld aan deze kleur. UPC, Ford en AH linken zich nog steeds graag aan de kenmerken van blauw. Betrouwbaarheid en zakelijkheid worden met name aan donkerblauw gekoppeld en daar maken kleding, uniformen en verkeers- en straatnaamborden dankbaar gebruik van. Als kleur van de lucht en de zee wordt blauw ook geassocieerd met natuur, rust en verfrissing, vandaar dat Sanex en Dove een blauw logo hebben.

Paars

Deze kleur werd eeuwenlang exclusief gereserveerd voor de kleding van leden van koninklijke families vanwege het zeer kostbare productieproces van deze



kleur. Om die reden wordt het nu nog steeds gebruikt voor merken die rijkdom en luxe willen uitstralen. Paars, en met name lila wordt tegenwoordig ook geassocieerd met emotie, onafhankelijkheid, geheimzinnigheid en mystiek. Het meest succesvolle paarse logo is dat van Milka, die de kleur in al haar uitingen heeft doorgevoerd. Ook Andrélon, Mercure en MTV maken gebruik van de kleur paars.

Roze

Sinds de twintigste eeuw wordt roze sterk geassocieerd met zachtheid, tederheid en

onschuld; kortom een echte meisjeskleur. Speelgoed, kleding en kinderkamerartikelen vinden gretig aftrek in deze kleur, maar ook cosmetica en parfum voor de grotere dames maken gebruik van roze. Sinds de jaren zeventig wordt roze ook gekoppeld aan homoseksualiteit.

Bruin

De kleur bruin staat voor de natuur, en daarmee dichten we het kenmerken zoals grond, warmte, degelijkheid en stabiliteit toe. Omdat veel dieren bruin als schutkleur hebben associëren we het ook met

aards, alledaags en onopvallend. Bruin staat dankzij bruine cafés, chocolade en koffie ook voor warmte. Veel koffiemarken hebben dan ook de kleur bruin in hun logo.

Binnen de marketing en reclame wordt bruin meestal als tweede kleur gebruikt. Bruin vervangt dan zwart of wit en voegt meer warmte aan het logo toe.

Zwart

Zwart associëren we met magie, de dood en duistere praktijken, maar ook met elegantie, luxe en kracht. Zwart vormt samen met wit een duidelijke combinatie in een logo, denk maar aan de pandabeer van het Wereld Natuur Fonds, V&D en Chanel. Deze logo's komen duidelijk en krachtig over zonder dat de gebruikte kleuren afleiden van de vorm.

Grijs

Grijs heeft in de Westerse maatschappij veel negatieve kenmerken zoals ouderdom, saaiheid en emotioneel. Maar omdat het een saaie kleur is, is het makkelijk te combineren met andere kleuren. Zo is een donkere kleur grijs een zachter alternatief voor zwart. Wanneer grijs meer naar zilver neigt, wordt het ook geassocieerd met luxe, zakelijkheid en dromen te maken. Kijk maar eens naar de logo's van MINI, Apple en Swarovski. ■

Bron: Kleur & Imago, blog door grafisch vormgever en illustrator Jeanne Melchels voor ondernemersplatform www.b2bcontact.nl

Trends kerstpakketten 2013

Een botoxbon voor kerst?

In tijden van crisis is het niet slim te bezuinigen op kerstpakketten, zei Henry Robben, hoogleraar marketing aan de Business Universiteit Nyenrode, onlangs tegen BNR Nieuwsradio. Geen kerstpakket is immers funest voor de motivatie. Maar waar kunt u uw werknemer echt blij mee maken? Noord-Limburg Business zocht het voor u uit.

Veel werkgevers willen vooral origineel zijn met hun kerstpakket of kerstcadeau. Het geijkte kerstpakket met paté, ragout en een fles wijn raakt steeds meer op de achtergrond.

Sommige bedrijven gaan echter wel heel ver in hun streven naar originaliteit. Zo kregen medewerkers van het Spaarne Ziekenhuis in Hoofddorp met kerst een waardebon voor een kliniek voor plasti-

sche chirurgie. Diverse medewerkers uitten hun kritiek op deze 'botoxbon' in de media.

Ook medewerkers van het bedrijf Polyvision in Noordwolde werden (on) aangenaam verrast bij het openen van hun kerstpakket. De vrouwelijke medewerkers troffen een vibrator aan tussen de nootjes en de wijn. De mannen vonden een tube glijmiddel in het pakket. De

Kerstpakketten en cijfers

- Ongeveer 4,8 miljoen mensen krijgen een kerstpakket.
- De budgetten lijken iets onder druk te staan, maar de gemiddelde prijs per medewerker blijft rond de 35 en 40 euro liggen.
- Ruim 90 % van de Nederlanders vindt het kerstpakket een traditie die behouden moet blijven.
- Zo'n 10 procent van de bedrijven bestelt al in juli.

werkgever vertelde in de media dat zijn werknemers het 'een goede grap vonden'.

Keuzecadeau

Wanneer u wilt voorkomen dat sommige medewerkers uw cadeau niet waarderen, kunt u het beste uw personeel zelf laten kiezen. Met een kerstmarkt, een belevenisbon, een keuzecadeau of het zelf samenstellen van een kerstpakket. Makkelijk, want zo is iedereen tevreden. En verdwijnt de inhoud niet achterin de kast.

Wie echt een trendsetter wil zijn, geeft een cadeau met augmented reality. Diverse sites als pluimen.nl bieden de mogelijkheid om de ontvanger persoonlijk te vertellen waarom hij of zij het cadeau heeft verdiend. De nieuwste mogelijkheid om dit te doen is door een webcambericht op te nemen en het cadeau virtueel te overhandigen door gebruik te maken van augmented reality. Deze revolutionaire techniek maakt het





De trends in Limburg

"Trends ...? In hoeverre zijn trends nog te herkennen in een overvolle Kerstpakkettmarkt? Wanneer er naar een Kerstpakkett wordt gezocht staat zo'n beetje op iedere Kerstsite het zelfde assortiment. Dat is natuurlijk prima maar echt origineel is het niet. En ja... ook op onze site staan pakketsuggesties. Het grote verschil maak je als klant in onze showroom. Bedenk vooraf wie een kerstpakkett gaat krijgen en stem de inhoud af op je doelgroep. Zo'n kerstpakkett moet een dankbaar cadeau zijn met leuke, lekkere, bruikbare en herkenbare artikelen. Dus géén standaard doos met alweer de knakworsten en de gratis voucher voor alweer zo'n vakantiepark. Geven is een gave en het moet een feest zijn om een kerstpakkett te ontvangen." Rob van Pol - vanpol.nl

Fiscale regels kerstpakkett 2013

In 2013 kan iedere ondernemer zelf kiezen van welke regeling zij gebruik willen maken rondom de belasting op het kerstpakkett. Geschenken met een waarde tot 70 euro kunnen vallen onder eindheffingsloon. Dit houdt in dat de hierover verschuldigde loonheffing voor rekening van de werkgever is. Voor een kerstpakkett geldt hiervoor een speciale tarief van 20 procent.

De voorwaarden zijn:

- het geschenk moet in natura zijn, er mag geen geld als geschenk gegeven worden;
- het mag geen recht van de werknemer zijn, het geschenk moet een zuiver cadeau zijn;
- de waarde van het geschenk mag niet meer zijn dan 70 euro.

Een kerstpakkett of eindejaarsgeschenk duurder dan 70 euro kan ook weggeschreven worden als eindheffingsloon. Echter voor het bedrag boven de 70 euro is wel het tabeltarief verschuldigd. Het bedrag boven de 70 euro mag niet meer zijn dan 136 euro of 272 euro wanneer er op jaarbasis meerdere geschenken worden gegeven.

Is het meerbedrag hoger dan hierboven beschreven, dan valt het niet meer onder de eindheffingsloon en wordt het geschenk bij de werknemer als loon belast. Voor meer informatie:

www.belastingdienst.nl.

bijvoorbeeld mogelijk om een simpel velletje papier te laten veranderen in een 3D-verpakking waaruit de cadeaus te voorschijn komen. De ontvanger ziet de werkgever dus met het cadeau in zijn handen. Terwijl hij dit doet kan hij aan diegene die het cadeau ontvangt, vertellen waarom hij of zij dit heeft verdiend.

MVO

Is dit nog een ver-van-uw-bed show en kiest u liever voor iets minder virtueels? Ook dan zijn er nog voldoende mogelijkheden om eigentijds voor de dag te komen met uw kerstcadeau.

Ook dit jaar nemen verantwoorde kerstpakketten een prominente plaats in. Het verantwoorde kerstpakkett anno 2013 bevat fairtrade cadeautjes, biologische lekkernijen en producten vanuit de streek. Ook kunt u een voucher aan uw personeel geven, waarmee een gift gedaan kan worden aan een goed doel naar keuze. Geef echter niet alleen een voucher voor een goed doel, want dit zorgt waarschijnlijk ook weer voor teleurstelling onder uw werknemers.

Boterletter

Toch hoeft u niet altijd diep in de buidel te tasten om uw werknemers een blijk van waardering te geven. Zo vertelde Henry Robben bij BNR Nieuwsradio dat werkgevers vooral naar de kosten kijken, terwijl werknemers het belangrijk vinden welke moeite is gedaan. Volgens hem lijkt het rationeel om in deze tijd te bezuinigen op extra's, maar werkt dit averechts. Als wordt bezuinigd op kerstcadeaus, dan zijn werknemers sneller geneigd om zich minder in te zetten. Werkgevers kunnen wel iets minder uitgeven aan een cadeau voor kerst, zolang ze maar duidelijk maken dat er niet meer in zit, maar dat ze toch hun waardering willen laten blijken. Robben: "Een persoonlijk briefje met een chocolaletter of een boterletter is genoeg." ■

BEDRIJFSWAGENTESTDAG: TESTRIJDERS GEZOCHT

OPROEP AAN U ALS TROUWE LEZER

Meerdere keren per jaar treft u in Noord-Limburg Business de autotestdag aan; een spetterend evenement waarbij we de laatste modellen aan een kritische test onderwerpen. Dinsdag 1 oktober is het weer zover. Dan zullen de bedrijfswagens door onze trouwe lezers worden getest. We sluiten deze enerverende testdag af met een heerlijk diner, waarbij u kunt netwerken met dealers en andere ondernemers in uw regio. Bent u beslisser binnen uw organisatie en lijkt het u leuk om mee te doen? Surf naar

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

Wie weet zien we elkaar binnenkort op de bedrijfswagentestdag.



www.noordlimburgbusiness.nl



BUSINESS

Van der Valk Hotel Venlo is dé ideale uitvalsbasis in Noord-Limburg. Door de gunstige ligging ten opzichte van de A67 en A73 is het hotel zeer makkelijk bereikbaar. Deze locatie beschikt over 10 multifunctionele vergaderzalen voorzien van alle gemakken. U kunt kosteloos parkeren en het gehele hotel is voorzien van gratis WiFi.

Tot ziens in Van der Valk Hotel Venlo.

Han van der Eijk
Directeur

VERRASSENDE VERGADERLOCATIE VANZELFSPREKEND VAN DER VALK



Complete verzorging van uw: vergaderingen - meetings - presentaties - congressen - seminars - diners & lunches - zakenreizen - overnachtingen

Van der Valk Hotel Venlo
Nijmeegseweg 90 5916 PT Venlo
+31(0)77 354 41 41 Venlo@Valk.com

HOTELVENLO.NL



VAN DER VALK
HOTEL VENLO

De verborgen schat aan het water in Well

Vakantiepark Leukermeer in Well wordt uitgebreid met vakantievilla's en beachappartementen. Daarmee voldoet het park aan de groeiende vraag naar luxe buitenverblijven. "De verblijfsrecreant wil graag luxe op een bijzondere plek, bij voorkeur aan het water", aldus Martin van Wiefferen, directeur-eigenaar Vakantiepark Leukermeer.

Vakantiepark Leukermeer is een vijfsterrenpark met luxe kampeerplaatsen en prachtige chalets. Dankzij de gastvrijheid, de ligging aan het Leukermeer en de nabijheid van Nationaal Park De Maasduinen trekt het vakantiepark jaarlijks veel recreanten en toeristen. Martin van Wiefferen: "Wij bieden perfecte voorzieningen zoals binnen- en buitenzwembaden, strandbaden, een supermarkt, een Fitnessclub, de Beachclubbrasserie en ligplaatsen in onze splinternieuwe jachthaven. Binnenkort starten we met de verkoop van

Marinapark Leukermeer; hoogwaardige en duurzame vakantievilla's en beachappartementen aan het water."

De nieuw te bouwen recreatiewoningen worden verkocht aan beleggers en particulieren. De meeste eigenaren kiezen ervoor om de woning enkele weken per jaar zelf te gebruiken. In de vrije weken wordt de woning verhuurd door Vakantiepark Leukermeer in samenwerking met Roompot Reizen. Rekening houdend met het feit dat Limburg de meest favoriete provincie van Nederland is voor bungalowvakanties, levert deze

investering dientengevolge een aantrekkelijk rendement op.

Bijzondere architectuur

Martin van Wiefferen werkt samen met Arcus Zuid Projectontwikkeling. "De verblijfsrecreant wil graag luxe op een bijzondere plek. Wij realiseren water-, paal- en landvilla's voor 5, 6, 8, 10, 16 en 20 personen en beachappartementen voor 2 en 4 personen. De architectuur is echt geweldig mooi." "Een aantal woningen krijgt zelfs een eigen aanlegplaats voor een boot en bovendien zijn er ligplaatsen ter beschikking in de jachthaven", zegt Guy Habets van Arcus Zuid. Voor de bezitters van de vakantievilla's is het belangrijk dat Vakantiepark Leukermeer betrokkenheid blijft houden. De gasten die verblijven in Marinapark Leukermeer kunnen dan ook gebruikmaken van alle bestaande en nieuwe voorzieningen van het Vakantiepark. "Ook daar wordt fors in geïnvesteerd. Wij zullen onze vijfsterrenkwaliteit altijd blijven waarmaken", stelt Martin van Wiefferen.

Start verkoop

Marinapark Leukermeer omvat 141 vakantievilla's en 59 beachappartementen. De verkoop van de eerste fase start op 28 en 29 september op locatie. Elke koper die geïnteresseerd is in Marinapark Leukermeer wordt tijdens de verkoop dagen uitvoerig geïnformeerd door een team van specialisten. ■

www.marinaparkleukermeer.nl



Mag ik mij even voorstellen...

**Vanaf 15 oktober 2013 zal ik
werkzaam zijn bij Graphic & Mail!**

Mutoh ValueJet 2638



▶ **259 cm printbreedte!**

▶ **Inktype Eco Ultra!**

**P.S.
Mijn kleine broertjes
blijven gewoon
doorwerken!**

*Ik ben o.a. geschikt voor een breed scala aan outdoor
en indoor printapplicaties:*

*posters, billboards, aankleding van gebouwen, sign
en banners, POS displays, voertuigbelletering,
kunstreproductie, posters, reclamezuilen,
interieurdecoratie, behangpapier, en nog veel meer!*



graphic&mail

Voor alles een passende oplossing!



PRINTRADAR.NL

Online printen was nog nooit zo makkelijk!

Upload en print uw documenten online op Printradar.nl



"Goedkoper dan zelf printen!"

Voor al uw brochures, flyers, nieuwsbrieven, noem het maar op
wij versturen het binnen 24 uur!



**GROOTFORMAAT
RADAR.NL**

Voor al uw grootformaat producten!

Eenvoudig te bestellen en snel geleverd!



Canvas, Banieren, Roll-up Banners, Reclameborden,
Stoepborden, Belettering en nog veel meer!



DIGIPRINT BV

info@digiprintbv.nl | www.digiprintbv.nl

Alarmbellen op de arbeidsmarkt

Elk jaar lijkt recruitment en arbeidsmarktcommunicatie interessanter en complexer te worden. Ondanks de enorme technologische ontwikkelingen die er plaatsvinden, wordt het scoren steeds moeilijker. De schaarste op de arbeidsmarkt wordt groot. De arbeidsmarkt is minder transparant en diverser dan ooit tevoren. Toch ontbreekt het gezonde verstand bij werkgevers en beleidsmakers. De vraag is echter niet óf dat moet gaan veranderen maar wannéér dit gaat gebeuren.

Slaat men tijdig alarm of wacht men tot de tekorten op de arbeidsmarkt zo hoog oplopen en grijpt men dan pas in? Organisaties die vooruitkijken wachten niet af. Zij maken nú de strategische keuze en maken nú een begin met het duurzaam verbeteren van hun werving- en recruitmentprocessen en het integreren van deze processen binnen de HR-strategie van de organisatie. Leidend hierbij is het inzicht dat wervingsproblemen vaak organisatieproblemen zijn. Problemen die vanuit een duidelijke visie met tijd, commitment, durf en doorzettingsvermogen van alle betrokkenen oplosbaar zijn.

Economische ontwikkelingen zijn de cruciale factor voor de arbeidsmarktontwikkelingen. Vertrouwensindicatoren geven een indruk in welke richting de economie zich naar verwachting gaat ontwikkelen. Immers consumenten en bedrijven die weinig vertrouwen in de toekomst hebben, doen minder bestedingen. En minder bestedingen betekent minder economische groei of zelfs economische krimp.

Begin 2013 heeft UWV WERKbedrijf een actualisatie van de arbeidsmarktverwachtingen 2013 uitgebracht. De arbeidsmarktverwachtingen zijn gebaseerd op de laatste economische prognoses van het Centraal Plan Bureau (CPB).

Uit de actualisatie blijkt het volgende:

- Het aantal banen voor werknemers zal, na een krimp van vijftigduizend banen in 2012, in 2013 opnieuw afnemen (-85.000).
- Van de onderscheiden 18 sectoren zien we alleen groei van de werkgelegenheid in de sector zorg en welzijn (+15.000). De groei is echter relatief en absoluut laag te noemen.
- De dalende werkgelegenheid zien we terug in minder vacatures die ontstaan (640.000). Dit is het laagste niveau sinds het CBS in 1997 is begonnen met het bijhouden van de vacaturestatistiek.
- De beroepsbevolking groeit in 2013 maar weinig.
- Minder werkgelegenheid en een hogere beroepsbevolking lei-

den beide tot meer bij het UWV ingeschreven werkzoekenden. Eind 2013 zijn er volgens de arbeidsmarktprognose 649.000 werkzoekenden, 14 procent meer dan eind 2012. Het aantal werkzoekenden als percentage van de beroepsbevolking groeit daarmee van 7,2 naar 8,2 procent.

UWV maakt, naast prognoses over de arbeidsmarkt, ook prognoses van het aantal WW-uitkeringen. Uit die prognose blijkt dat het aantal WW-uitkeringen eind 2013 ongeveer 15 procent hoger ligt dan aan het eind van 2012.

De laatste cijfers over december 2012 en januari 2013 duiden op een forse verslechtering in het aantal werkzoekenden en WW-uitkeringen. Daarbij moeten we bedenken dat de maanden december en januari gewoonlijk een behoorlijke groei laten zien; daarna zwakt de groei gewoonlijk af.

Specialisten menen dat de economie in de loop van 2013 iets aantrekt. Omdat de arbeidsmarkt vertraagd reageert, zal het evenwel nog enige tijd duren (2014, of wellicht nog later) voordat een dergelijk economisch herstel zich vertaalt in meer banen en minder werkzoekenden.

Hoe lang blijft dit goed gaan?

Bij veel mensen leeft het gevoel dat het allemaal niet meer 'klopt' op de arbeidsmarkt. Er zijn steeds meer ouderen om voor te zorgen en steeds minder werkenden om het werk te doen. Te weinig jongeren met een (juiste) opleiding en een vergrijzende beroepsbevolking. Men 'moet' werken tot zijn 67ste, maar men voelt zich al op zijn 50ste 'afgeschreven'. De fileproblematiek en de op slot zittende huizenmarkt frustreren de mobiliteit op de arbeidsmarkt. Duidelijke politieke en maatschappelijke hervormingen staan niet gepland of zijn nog niet bekend.

De Nederlandse arbeidsmarkt kenmerkt zich door een eigen unieke dynamiek. Dalende werkloosheid en een zeer beperkte



groei van openstaande vacatures, grote regionale fricties van vraag en aanbod. Steeds meer mensen werken als zzp'er. Van de beroepsbevolking heeft ongeveer 12 procent momenteel een uitkering.

Arbeidsmarktparadox

Terwijl werknemers individueler worden, zoeken werkgevers oplossingen in de collectiviteit van vacaturesites, Recruitment Proces Outsourcing (RPO), cao's en grotere recruitmentafdelingen. Volumeoplossingen voor individuele wensen en behoeften van werknemers én vacaturehouders. De oplossing ligt volgens YER, een internationaal opererend Werving & Selectiebureau, precies andersom, namelijk in maatwerkoplossingen en verregaande doelgroep- en recruitmentdifferentiatie. Op maat gemaakte webpages, campagnes om vacatures heen, gespecialiseerde bureaus en recruiters, sourcers, arbeidsmarktcommunicatiespecialisten, employer brand managers, jobhunters. Voor het ene recruitmentprobleem is een vacaturesite de oplossing, voor het andere een werving- en selectiebureau of een gedeeltelijke RPO.

De meeste wervingsproblemen zijn, volgens een recent onderzoek van YER en Intelligence Group, echter ook doorgewoon organisatieproblemen en dat is op zichzelf al een interessante paradox. Niet de schaarste van de markt bepaalt het wervings-

probleem, maar vooral een organisatie zelf. Niet weten te binden, onvoldoende investeren in mensen, niet-opgeleide recruiters en lijnmanagers, geen doelgroepkennis of het in onvoldoende mate budget willen vrijmaken om recruitmentproblemen op te lossen zijn de oorzaken van de meeste wervingsproblemen.

Op het moment dat een werkgever serieus werkt aan de A/O-ratio (aannee versus ontslag), de doelgroepen kan kwantificeren en kwalificeren, met de juiste partners samenwerkt en de professionaliteit van het recruitmentproces op orde is en werven lukt dan nog niet, pas dan is er sprake van een serieus wervingsprobleem.

Wat gaan we er aan doen?

Werkgevers staan voor een nieuwe uitdaging. Tot voor kort hadden zij een probleem bij het vinden van goede mensen. In de nabije toekomst zal het überhaupt vinden van mensen al een enorme uitdaging zijn. Leegstaande operatiekamers, headhunters die opdrachten teruggeven, regio's waar mensen niet meer willen wonen, leerlingen die naar huis gestuurd worden en faillissementen van bedrijven door een gebrek aan personeel zullen een alledaagse realiteit zijn. We zullen moeten wennen, accepteren en handelen naar de gedachte dat de beschikbaarheid van kennis en capaciteit meer dan ooit een kritische succesfactor is. ▲

ARBEIDSMARKT

De noodzaak tot veranderen en hervormen lijkt vooralsnog overbodig. Bij organisaties zelf, maar ook in maatschappelijke en politieke zin. Terwijl de arbeidsmarkt al drie kwartalen een dalende werkloosheid kent en verschillende functiegebieden en regio's al ernstige knelpunten kennen, geldt voor de politiek een werkelijkheid van crisis, bezuinigingen en reorganisaties. Het huidige kabinet heeft aangegeven dat de noodzakelijk geachte hervormingen op de arbeidsmarkt de komende jaren niet zullen plaatsvinden. Het ontbreken van de noodzaak in Den Haag wordt verder versterkt door het Centraal Plan Bureau. Tussen de voorspellingen van het CPB en de werkelijke werkloosheid zit ruim 50 procent verschil. Als socio-demografische ontwikkelingen al niet een reden zijn om het beleid te veranderen, dan zouden toch zeker het veranderende arbeidsmarktgedrag van werknemers, de krapte bij werkgevers of alle nieuwe communicatievormen dat wel moeten zijn.

Bijzonder is dat ondanks dat de feiten hard zijn, er nog geen alarmbellen afgaan. De noodzaak tot veranderen wordt onderkend, de urgentie echter onderschat. Een interessante paradox. Zowel bij werkgevers, de politiek als bij werknemers zelf. ■



Hoe staat Limburg ervoor?

In 2012 voerden Etil en Research voor Beleid in opdracht van de Provincie Limburg een onderzoek uit naar de ontwikkeling van de Limburgse arbeidsmarkt. In het rapport Regionale Arbeidsmarkt Informatie Limburg (RAIL) 2012 zijn prognoses gemaakt voor de periode 2012-2016. Het uitgangspunt voor deze prognoses was de Decemberraming 2011 van het Centraal Planbureau (CPB).

Vraag

In Limburg was er in 2012 sprake van een afname van het aantal arbeidsplaatsen. In 2011 waren er nog 529.540 arbeidsplaatsen, in 2012 nam dit aantal af met 1,3% tot 522.770 arbeidsplaatsen. In Zuid-Limburg was de afname nog groter, namelijk -1,9%. In zowel Noord- als Midden-Limburg daalde de werkgelegenheid met 0,5%. De grootste dalers waren de bouw (-1.280 arbeidsplaatsen) en de horeca (-1.070 arbeidsplaatsen). De sector zorg en welzijn kende als enige een groei van het aantal arbeidsplaatsen in 2012 met 1.840.

Aanbod

In 2012 daalde de potentiële beroepsbevolking in Limburg met 0,7% tot 740.400 personen. Doordat de arbeidsparticipatie echter steeg tot 67,9%, groeide de beroepsbevolking met 0,7% tot 503.000 personen. In Midden-Limburg was de groei met 0,8% nog iets groter, terwijl Zuid-Limburg met 0,6% een iets kleinere groei kende. Noord-Limburg kende een groei van 0,7% tot 131.000 personen.

Prognose

RAIL 2020 voorspelt dat er op de arbeidsmarkt in Limburg tekorten aan arbeidskrachten zullen ontstaan. Het is echter de vraag wanneer deze krapte in de praktijk gevoeld gaat worden. Door de economische neergang is er momenteel sprake van een ruime arbeidsmarkt (enkele uitzonderingen natuurlijk daargelaten) en juist geen tekort aan arbeidskrachten. Door een krimpende werkgelegenheid is in veel sectoren de uitbreidingsvraag vrijwel nihil tot zelfs negatief. Daarnaast groeit de werkgelegenheid in de sector zorg en welzijn veel minder dan voorheen door de bezuinigingsmaatregelen van de landelijke overheid. Beide ontwikkelingen maken dat meer mensen hun baan verliezen waardoor de werkloosheid oploopt. Werkgevers hebben momenteel dus een ruime keuze op het moment dat ze wel willen uitbreiden of vervangen. Een ander neveneffect van de recessie is de toename van de groep 55-plussers in het arbeidsproces. Deze groep werkt steeds vaker en langer door. Naast langer doorwerken bieden ook steeds meer ouderen zich aan op de arbeidsmarkt. Deze trends hebben tot gevolg dat het moment van uittreden van ouderen wordt uitgesteld, en daarmee dus ook de vervangingsvraag en de daarmee gepaard gaande tekorten op de arbeidsmarkt. Ondanks deze ontwikkelingen staat wel vast dat gegeven de leeftijdsopbouw van de huidige beroepsbevolking op termijn tekorten aan arbeidskrachten zullen ontstaan. Deze tekorten zullen versneld tot uiting komen op het moment dat de economie weer aantrekt.

Bron: RAIL update juni 2013

Ontslag voor dummmies

Het lijkt simpel: een werknemer die zijn werk niet doet, krijgt ontslag. Een werkgever komt echter niet zo eenvoudig af van personeel dat de kantjes er van afloopt. Werkgevers mogen van hun werknemers verwachten dat zij hun taken netjes uitvoeren, zoals is afgesproken. Als een werknemer tekortschiet, dan is mogelijk sprake van disfunctioneren.

Hoe ontsla je iemand zo goed mogelijk? Zowel werknemer als werkgever hebben er baat bij dat een ontslag zo prettig mogelijk verloopt. Het ontslaan van mensen is een kunst. Het ontslaan van een werknemer is een stressvol proces. Maar als je zorgt dat de randvoorwaarden goed zijn dan is het voor iedereen, ook voor het slachtoffer, prettiger.

Opletten

Een van de zaken waar je als werkgever rekening mee moet houden, zijn de financiële consequenties van ontslag. De rechter kan aan de werknemer een ontslagvergoeding toekennen. De

hoogte hiervan wordt deels bepaald door bijvoorbeeld leeftijd en dienstjaren. Ook is van belang of aan een van de partijen een verwijt kan worden gemaakt. Na een inventarisatie van de financiële risico's kan een juiste strategie gekozen worden.

Ontslag op staande voet is de meest complexe ontslaggrond. Het is vaak onvermijdelijk om meerdere procedures te gaan volgen. Doe het daarom goed of doe het niet. Natuurlijk kunnen fraude, diefstal en misdragingen vaak een reden zijn voor ontslag op staande voet. Onenigheid over de manier waarop het werk verricht moet worden, is dit vaak niet. ■



Ontslagtips:

- Ontsla nooit iemand in een opwelling, maar zorg dat je de zaak zorgvuldig opbouwt.
- Ontsla iemand bij voorkeur in zijn eigen kantoor.
- Vrijdag aan het einde van de werkdag is het beste moment om iemand te ontslaan.
- Zorg ervoor dat de ontslagene zijn projecten heeft afgemaakt en gelijk naar huis kan.
- Ga tijdens het ontslaggesprek niet met de werknemer in discussie. Zeg nooit 'sorry': dit wordt als beledigend ervaren.
- Breng van tevoren zo weinig mogelijk mensen op de hoogte van het feit dat je iemand gaat ontslaan, dit om lekken te voorkomen. Licht alleen leidinggevend en de HR-afdeling in.
- Houd het eindgesprek één op één. De werknemer kan een derde persoon als 'publiek' ervaren, en dat is vernederend.
- Maak tijdens het slechtnieuwsgesprek geen beloftes die je niet waar kunt maken. Slecht voorbereide managers hebben nog wel eens de neiging om dingen als freelancewerk te beloven.
- Vermijd het debat over het 'slachtoffer'. Licht de overgebleven werknemers goed in, maar treed niet in detail.

OPLEIDINGEN ZORGEN VOOR BETERE INZETBAARHEID

TEKST NICO VAN MELICK (AUXILICON), HENK LAMERS (THAELES),
BÄRBEL BOSELIE (LEREN & WERKEN LOKET)

Volgens het CBS is de werkloosheid in juli verder gestegen tot 694 duizend personen. Dat komt overeen met 8,7 procent van de beroepsbevolking. Daarentegen wordt de komende jaren een groot te kort aan goed geschoold technisch personeel verwacht.

Beroepsgerichte opleidingen die zorgen voor de ontwikkeling van medewerkers dragen bij aan de ontwikkeling van de organisatie. Daarnaast heeft deze ontwikkeling van medewerkers door middel van opleidingen en coaching uiteraard ook een positieve bijdrage op de marktwaarde en de inzetbaarheid van de medewerkers zelf. Een goed voorbeeld van een bedrijf dat sterk inzet op het investeren in opleidingen van haar medewerkers, is NXP Semiconductors te Nijmegen. Door het sluiten van één van de fabrieken van de chipproducent stroomt een groot aantal medewerkers begin volgend jaar

noodgedwongen uit. Om de kansen op de externe arbeidsmarkt te vergroten biedt NXP haar medewerkers al ruim voor het moment van afscheid de mogelijkheid om opleidingen te starten.

Twee Noord-Limburgse bedrijven zijn nauw betrokken bij dit traject. AUXILICON verzorgt de algemene projectcoördinatie uit naam van NXP. THAELES verzorgt het complete outplacement- en coachingstraject van de ontslagen medewerkers. Nico van Melick van AUXILICON: "Ruim een jaar voor het daadwerkelijke ontslag van de medewerkers hebben we een goede samenwerking opgezet tussen het Leren & Werken Loket, het UWV WERKbedrijf in Nijmegen en THAELES. Van hieruit worden de medewerkers al voordat zij werkloos worden ondersteund bij de keuze en aanvraag van een opleiding voor het vergroten van hun

kansen op de arbeidsmarkt. Daarnaast komt het UWV al vroeg in contact met medewerkers waardoor een vloeiende overgang kan worden gerealiseerd in het outplacementtraject." AUXILICON fungeert hierbij als spin in het web en ontzorgt opdrachtgever NXP bij het opzetten en beheren van deze processen. ■

Voor meer informatie: info@auxilicon.nl



Nico van Melick
(AUXILICON)

AUXILICON

BUSINESS IMPROVEMENT PROJECT MANAGEMENT

...met raad en daad



AUXILICON is een organisatie- en adviesbureau dat bedrijven op projectbasis ondersteunt bij bedrijfskundige veranderingen. AUXILICON gaat verder dan alleen het geven van advies. Zij kenmerkt zich door een pragmatische en resultaat gerichte werkwijze die niet alleen adviseert maar juist helpt met een projectmatige aanpak bij het uitvoeren en borgen van de veranderingen in uw organisatie. AUXILICON kan uw organisatie ondersteunen in de volgende gebieden:

- Verbeteren van bedrijfsprocessen.
- Implementatie van projectmatig werken.
- Ondersteunen van reorganisaties.
- Implementatie van 5S en Lean.

Voor meer informatie:
Nico van Melick MBA
M: 06 83174359 • E: info@auxilicon.nl • I: www.auxilicon.nl



www.met-raad-en-daad.nl

www.novares.nl

NOVARES

ARCHITECTEN & CONSTRUCTEURS

Van nieuwbouw en verbouw van woonhuizen tot bijvoorbeeld appartementencomplex Het Bolwerk in Gennepe. Overheid, sport, industriegebouwen of het nieuwe regiokantoor van de Rabobank op de Health Campus Boxmeer. NOVARES is uw vertrouwde regionale partner voor creatieve oplossingen op elke schaal gecombineerd met een ervaren en professioneel team.



Bel voor een vrijblijvend gesprek!



Vhr. Michel van Bergen, Eric van Overbeek, Johan Driessen

Burg. Wolterstraat 4 Gennepe - T. 0485-512244 - gennepe@novares.nl

BUSINESS FLITSEN

ECONOMISCHE VOORUITZICHTEN BLIJVEN OVERWEGEND SOMBER

Economisch herstel is nog niet in zicht. In Limburg, maar ook in de rest van Nederland, blijven hoge verwachtingen uit. Limburg scoort weliswaar iets beter dan landelijk, maar het aantal pessimisten blijft in de meerderheid. Dit en meer blijkt uit de Conjunctuurenquête Nederland, editie Limburg.

Het economisch klimaat blijft stabiel, zo geven de meeste ondernemers aan. Er worden op korte termijn geen veranderingen verwacht geeft circa driekwart van de Limburgse ondernemers aan. Bedrijven in de bouw zijn het meest somber gestemd. Ten aanzien van de omzet verwachten minder bedrijven een toename dan drie maanden geleden. Toen voorspelde 28% een toename, tegenover 16% nu. Vooral de detailhandel en bedrijven in de logistiek zitten in zwaar weer. Exporterende bedrijven zijn ten opzichte van de vorige meting iets minder positief gestemd. De verschillen per sector zijn minimaal. Groothandelsbedrijven laten nog de grootste opleving zien. Qua personeel blijft de situatie onzeker. Slechts 9% van de bedrijven geeft aan personeel te gaan werven in het derde kwartaal. 17% denkt personeel af te moeten stoten, een verbetering, want vorig kwartaal was dit nog ruim 21%. De Limburgse cijfers zijn iets beter dan de landelijke. 16% van de

Limburgse bedrijven verwacht een toename van de winst. Dit is 8% meer dan drie maanden geleden. 23% verwacht een daling. Dit was in het tweede kwartaal 35%. Bedrijven in de logistiek en de zakelijke dienstverlening zijn het meest optimistisch met saldi van respectievelijk 11,7% en 6,4%.

COEN is het gezamenlijke conjunctuuronderzoek van de Kamers van Koophandel, VNO-NCW, MKB Nederland, Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) en het Economisch Instituut voor de Bouwnijverheid (EIB).



VODAFONE EN APPLE MARKTLEIDER IN ZZP-MARKT

Smartphones van Apple (36,1%) en Samsung (26,1%) worden het meest gebruikt onder zzp'ers. 17% van de zzp'ers heeft geen smartphone; vorig jaar was dat nog 26,6%. Vodafone is marktleider onder de telecomproviders. Dit blijkt uit het themarapport "Telefonie & internet" van onafhankelijke en structurele onderzoeksmonitor ZZP Barometer, afgenomen onder 1.732 freelancers en zzp'ers in Nederland. Vodafone (30,3%), KPN (29,5%), T-Mobile (23,0%) en Telfort (10,9%) verdeelen het grootste gedeelte van de zzp-markt. Zzp'ers zijn relatief tevreden met hun huidige telecom- en/of internetprovider, want slechts een kwart van hen (24,0%) is van plan in het komende jaar over te stappen naar een andere provider. Bijna de helft van de zzp'ers (46,8%) is wel van plan het komend jaar te besparen op mobiele telefoonkosten. Zzp'ers zijn gemiddeld minder dan €100,00 per maand kwijt voor het gebruik van hun mobiele telefoon(s). Het is waarschijnlijk dat Apple zijn voorsprong het komend jaar verder zal uitbouwen, aangezien de koploper veruit het populairste merk is (45,2%). De merkvoorkeur is daarbij voor Apple licht gestegen: van 41,7% vorig jaar tot 45,2% dit jaar. Voor Samsung is er minder groeipotentie aanwezig in de zzp-markt, alhoewel de merkvoorkeur van zzp'ers voor Samsung bijna verdubbeld is het afgelopen jaar (van 14,4% in 2012 naar 28% in 2013). HTC (7,4%) zal waarschijnlijk groeien ten koste van BlackBerry (4,7%) en Nokia (6,4%). De merkvoorkeur van zowel HTC als van Nokia en BlackBerry is echter gehalveerd ten opzichte van 2012. Het volledige rapport "Telefonie & internet" vindt u op de website van ZZP Barometer: www.zzpbarometer.nl

DOORSTROOM PERSONEEL TOPPRIORITEIT BIJ MKB

De ruime meerderheid (78 procent) van de Nederlandse MKB'ers vindt de doorstroom van medewerkers binnen de organisatie belangrijk. Op dit moment wordt in 62 procent van de MKB bedrijven doorstroom gefaciliteerd, 15 procent zou dit meer willen doen en in 23 procent van de organisaties wordt dit niet gefaciliteerd. Het merendeel van de MKB'ers is wel (redelijk) tevreden over de huidige doorstroom binnen de organisatie. 41 procent is tevreden en 40 procent is hier redelijk tevreden over. Dit blijkt uit de resultaten van de vierde MKB Marktmonitor 2012/2013 van Unique in samenwerking met TNO waarin 2.330 ondernemers persoonlijk zijn geïnterviewd.

MKB'ers faciliteren de doorstroom binnen de organisatie op verschillende manieren. In de meeste organisaties komt dit aan bod tijdens plannings-/functionerings- of beoordelingsgesprekken (71 procent). Daarnaast faciliteren trainingen en opleidingen de doorstroom binnen MKB organisaties. Externe opleidingen en trainingen (68 procent) en interne opleidingen en trainingen (59 procent) staan respectievelijk op de tweede en derde plaats.

Kijk voor meer actueel nieuws op www.noordlimburgbusiness.nl en Twitter @NoordLimburgBiz.

Opleiden maakt sterk

Het gegeven dat vraag en aanbod op de arbeidsmarkt niet goed op elkaar aansluiten, zal inmiddels bij velen bekend zijn. Enerzijds ligt dit aan een tekort aan de vraagzijde, anderzijds sluit het aanbod niet goed op de vraag aan. Juist voor werkgevers is het daarom essentieel om het huidige personeelsbestand in stand te houden en de werknemers te laten doorontwikkelen zodat een bedrijf blijft aansluiten bij de veranderingen in de sector. Immers, een onderneming die niet blijft leren, overleeft niet in de snel veranderende wereld van vandaag.

Voor het succes van een onderneming is één van de factoren goed opgeleid personeel. Omdat het niet altijd mogelijk is om werknemers met exact de juiste opleiding te vinden, is het belangrijk om ook zelf actief aan de slag te gaan met het trainen en opleiden van het personeel om de beoogde kennis en vaardigheden bij te brengen. Bijkomend voordeel: uw werknemers zien meteen uw bereidheid tot investeren en het opbouwen van een langdurige relatie. Ook kunt u trouwe en hardwerkende personeelsleden die overbodig dreigen te raken vanwege automatisering of een andere verandering in het bedrijfsproces, een nieuwe functie geven zonder een dure ontslagregeling te hoeven treffen. Investeren in een training of opleiding betaalt zich uiteindelijk dus dubbel en dwars terug in de vorm van een beter ontwikkeld en passend personeelsbestand.

Inventariseren

Om zoveel mogelijk uit een training- of opleidingstraject te halen, is het belangrijk om als eerste te inventariseren op welke gebieden of binnen welke bedrijfsactiviteiten training wenselijk is. Bepaal welke kennis en vaardigheden – nu en in de toekomst – essentieel zijn voor het succes van uw onderneming of welke u het meeste rendement op zullen leveren. Zorg er ook voor dat uw medewerkers gemotiveerd zijn om zich te blijven ontwikke-

len in hun vakgebied en stel voldoende middelen ter beschikking om dat doel te bereiken.

Maak daarnaast ook vooraf duidelijk waarom u een bepaalde opleiding of training nuttig acht. Zo voorkomt u dat de training als tijdsverspilling wordt beschouwd en men er de kantjes van af gaat lopen. Een extra motivatie is het uitdelen van een geldig certificaat na succesvolle afronding.

Bijspijkeren

Na een eerste inventarisatie van ontbrekende kennis en vaardigheden kan er worden gekeken welke cursus of opleiding deze missende informatie kan bijspijkeren. Sommige vaardigheden kunnen door middel van een aantal klassikale bijeenkomsten worden bijgespijkerd. Ook worden er steeds meer Massaal Openbare Online Cursussen (MOOC's) aangeboden die door middel van een inlogcode digitaal toegankelijk kunnen worden gemaakt. Een andere variant is het organiseren van diverse trainingen en opleidingen op de werkvloer zelf om het geleerde meteen in de praktijk te kunnen brengen en oefenen. Onder andere mbo-scholen met BBL-trajecten maken hier graag gebruik van.

Voor elke training of opleiding geldt dat het belangrijk is om voor kwaliteit te kiezen, of dit nu een extern bureau of een ervaren medewerker is. Ook goed lesmateriaal is essentieel, zodat de deelnemers ook na de bijeenkomsten terug kunnen vallen op goede boeken en informatie.

Overigens is het niet verstandig om meteen het gehele personeelsbestand op cursus te sturen. Een betere methode is om te oefenen met een kleine groep en die feedback laten geven. Op die manier weet u snel en zonder al te veel kosten of de training inderdaad is wat u zoekt of dat u uw geld beter aan een andere opleiding kunt besteden.

Externe partij

Kiest u uiteindelijk voor een externe trainer of opleider, zorg dan dat het klikt tussen deze partij en uw bedrijf. Iemand die even een verhaal komt afdraaien en niet meebeweegt met de groep, zal minder effect sorteren dan iemand die ook luistert naar degenen die hij of zij iets bij wil brengen. Ook is het belangrijk dat opleiders naast inhoudelijke kennis in huis, tevens over de nodige praktijkervaring beschikken zodat werknemers meekrij-



gen hoe zij de opgedane kennis in de praktijk kunnen brengen. Het ontwikkelen van de zelfnadenkende vermogens van medewerkers, het reflecteren op hun handelen en daar conclusies aan verbinden draagt bij aan het slagen van een opleiding. En dat versterkt weer het lerende vermogen van de organisatie. Bovendien kan het gezamenlijk volgen van een cursus ook een eventuele kloof tussen oudere en jongere werknemers dichten, aangezien zij samen naar een doel werken en op die manier ook van elkaar het nodige kunnen leren.

Meetbare resultaten

Wanneer het uiteindelijk zover is en u uw medewerkers op training stuurt, wilt u natuurlijk uiteindelijk wel weten of de opleiding ook effect heeft gehad. Zonder meetbare resultaten is training inderdaad alleen maar geldverslindend. Daarom is het

belangrijk om van tevoren te bepalen welke doelen en welk rendement u wilt behalen en hoe u dat wilt gaan meten. Als u concrete resultaten in handen heeft, kunt u des te beter bepalen welke training effectief is en waaraan uw geld wel en niet goed besteed is.

Continu proces

Ten slotte is het belangrijk om te onthouden dat leren een continu proces is, voor zowel nieuwe als 'oude' werknemers. Zorg dat zij allemaal hun vaardigheden continu op peil houden en blijf ze motiveren zich verder te ontwikkelen. En stel uzelf steeds de vraag welke ontwikkelingen er in uw branche spelen en of uw medewerkers hier door middel van nieuwe kennis en vaardigheden nog beter op in kunnen springen. ■

Mercedes-Benz Wegrij Weken



Nog nooit was de keuze voor een A-Klasse, B-Klasse of C-Klasse zo aantrekkelijk. Tijdens de Wegrij Weken profiteert u namelijk van een spectaculair voordeel dat kan oplopen tot ruim € 6.600,-! De drie modellen zijn standaard zeer rijk uitgerust. Daarnaast zijn de modellen 'wegrijklar', waardoor u meteen kunt genieten van uw aankoop. Dit exclusieve aanbod geldt zolang de voorraad strekt, dus wees er snel bij. Kijk voor meer informatie op www.ema.nl of ga langs bij één van onze vestigingen.

Gem. verbruik: 3,6 - 12,2 l/100 km, 27,8 - 8,2 km/l. CO₂-uitstoot: 92 - 285 g/km.



Mercedes-Benz

Hernieuwde kennismaking

De Kasteeltuinen in Arcen bij Venlo hebben een heel moeilijke tijd achter de rug. Na enkele faillissementen nam de Stichting het Limburgs Landschap het initiatief om het landgoed inclusief het kasteel een doorstart te laten maken. Er werd behoorlijk geïnvesteerd en dat is ook al goed te zien. Maar de ambities gaan verder – en terecht, want er is heel veel potentieel.

Om de plannen duidelijk te maken aan een groot publiek werd een persbijeenkomst georganiseerd. Noord-Limburg Business was daar uiteraard bij, mede omdat er al vooraf gesproken werd van ‘een permanente Floriade’. Over ambitie gesproken...

De bijeenkomst werd geleid door Eduard Staal van Stichting het Limburgs Landschap, en Rob Rambags, parkmanager van de Kasteeltuinen. Staal refereerde aan het vele werk dat is verricht door de medewerkers van de tuinen: er was enorm veel achterstallig onderhoud, zoveel dat hij zelfs sprak van ‘puinruimen’. Hij prees uitgebreid hun inzet die niet alleen voortkomt uit liefde voor het vak, maar ook uit het behouden van de werkgelegenheid voor de regio. Daarnaast zijn de mensen natuurlijk ook doordrongen van de cultuurhistorische waarde van de tuinen en het kasteel.

Die cultuurhistorische waarde was één van de redenen waarom de Stichting het Limburgs Landschap het project onder zijn hoede heeft genomen. Staal noemde nog twee andere pijlers waarop het project steunt: voedsel en de tuinen - Toptuinen. Met het voedsel duidde Staal op de vele streekproducten waar de regio rijk aan is, en die actief worden gepromoot in de horeca van het complex. Voor wat betreft de tuinen legde Rambags uit dat het de bedoeling was om die weer terug te brengen naar waar ze eigenlijk voor bedoeld waren: het bieden van aansprekende presentaties die de trots van de regio weergeven. Daarin zijn Rambags en zijn team goed geslaagd: diverse kwekers in de regio en de internationale vakwereld hebben het park al (weer) bezocht. Die hebben niet alleen hun bewondering uitgesproken

over wat de medewerkers al gerealiseerd hebben, maar ook hun medewerking toegezegd om de tuinen en het park inderdaad tot een Toptuin te maken, een visitekaartje voor de regio. Inderdaad, een soort permanente Floriade. Rambags sprak van ‘een hernieuwde intensieve samenwerking met kwekers en tuinders in de regio.’

Die samenwerking was eigenlijk makkelijker omdat het complex nu eigendom is van een stichting, zonder winstoogmerk. Het is dus geen concurrentie voor die kwekers, maar veel meer een etalage voor hun vakmanschap. Overigens benadrukte Staal dat het nooit de bedoeling is geweest om de Kasteeltuinen tot een concurrent van de Floriade te maken. Maar ja, de Floriade is maar eens in de 10 jaar, de Kasteeltuinen Arcen zijn permanent, en Rambags en zijn team streven er naar, de bezoekers het hele jaar door interessante en gevarieerde presentaties te bieden. De bezoekersaantallen zullen zeker toenemen, volgens Staal, mede omdat er al een aantal grotere manifestaties op de agenda staan. ■

www.kasteeltuinen.nl



Hoe belangrijk is cloud computing voor Het Nieuwe Werken?

Er wordt wel eens de vraag gesteld of cloud computing dé driver is voor Het Nieuwe Werken? Hier kunnen we kort en bondig over zijn: nee. Drivers voor Het Nieuwe Werken komen namelijk voort uit andere beweegredenen. Denk aan kostenbesparing, aantrekkelijk werkgeverschap, een hogere klanttevredenheid of duurzaamheid.

Een belangrijk element van Het Nieuwe Werken is wel de behoefte om flexibel te kunnen werken. Om dat te kunnen doen, is het nodig om werk plaats- en tijdsafhankelijk uit te kunnen voeren en, onder andere, de technologie maakt dit mogelijk. Denk hierbij aan aspecten als virtueel vergaderen, papierloos werken, ideeën uitwisselen en mensen kunnen vinden. In het mogelijk maken van deze flexibiliteit zit een directe link naar cloud computing.

Maar als cloud computing niet dé driver voor Het Nieuwe Werken is, levert cloud computing dan wel een substantiële bijdrage aan Het Nieuwe Werken? Laten we eerst Het Nieuwe Werken en de daarbij horende technologische uitdagingen eens wat nader bekijken en vervolgens zien wat cloud computing hieraan kan bijdragen.

Technologische uitdagingen HNW

Als eerste verandert de werkplek van de medewerkers. De medewerkers willen de mogelijkheid om altijd en overal te kunnen werken en het liefst met hard- en software van hun eigen keuze. Daarnaast wil een medewerker op verschillende plaatsen aan hetzelfde werken. Bijvoorbeeld door 's ochtends thuis op de PC te beginnen,

dan onderweg naar kantoor of klant via een smartphone de e-mail te lezen, op kantoor verder te werken en uiteindelijk 's avonds thuis nog wat af te maken. Dit vereist dat gebruikers op elke locatie (werk, thuis, onderweg) moeten kunnen werken. Dit heeft implicaties voor de middelen die zij daarvoor willen gebruiken. Zo wil de ene medewerker een tablet, terwijl de andere juist een laptop met een groot scherm wil. Dit veranderde wensenpatroon is door een IT-afdeling haast niet meer te managen. Vandaar dat er steeds vaker wordt gesproken van het concept Bring Your Own Device, waarin de gebruiker zelf een computer met bijbehorend supportcontract aan kan schaffen. Dit apparaat moet wel toegang hebben tot de beschikbare bedrijfstoepassingen.

Werk samen

Ten tweede verandert de manier waarop de medewerkers hun werk uitvoeren. Medewerkers kiezen bewuster hoe zij een bepaalde activiteit uitvoeren, op welke locatie zij dit doen en welke technologie ze hiervoor gebruiken. Hierdoor wordt het samenwerken binnen organisaties explicieter gemaakt. Dit resulteert in het feit dat medewerkers een ruime set aan technologieën tot hun beschikking willen

hebben om te kunnen samenwerken met andere medewerkers. Hoe kan deze brede set aan samenwerkingstechnologieën geboden worden, zonder grote investeringen in hardware, software en beveiliging?

Microsoft biedt bijvoorbeeld met haar Software as a Service-oplossing Office 365 een complete set aan productiviteits-tools vanuit de cloud aan, die dit soort samenwerking volledig ondersteunt. En Microsoft is natuurlijk niet de enige. De ontwikkelingen gaan snel en veel partijen werken aan diensten. Dit maakt de concurrentie groot, wat goed is voor de ontwikkeling van nieuwe mogelijkheden.

Veiligheid

Ten derde verandert de manier waarop medewerkers communiceren met de 'buitenwereld'. Medewerkers werken steeds directer samen met personen uit andere organisaties. Veel organisaties leggen technische beperkingen op ten behoeve van de veiligheid. Hierdoor gaan medewerkers eerder gebruikmaken van publieke diensten. Denk bijvoorbeeld aan het versturen van grote bestanden via WeTransfer of het aanmaken van een samenwerkingsomgeving op Microsoft SkyDrive of Google Docs. Door dit te



doen omzeilen zij de bedrijfsregels, met alle gevaren van dien.

Hoe kun je hen als organisatie nu zo goed en veilig mogelijk ondersteunen met de juiste middelen, zodat zij geen gebruik hoeven te maken van publieke internetdiensten?

Het werk verandert

Als laatste verandert de manier van zakendoen binnen organisaties en de toenemende rol die technologie daarin speelt. Medewerkers gebruiken sociale media om informatie over mensen te zoeken op sites als LinkedIn. Of ze twitteren om informatie te delen en volgen anderen om die informatie te ontdekken. Hierdoor verandert ook de manier van rekrutering doordat de HR-afdeling gebruik maakt van netwerksites als LinkedIn voor het werven van nieuwe medewerkers. De manieren van marketing verandert, omdat een marketingafdeling gebruik maakt van social media tools als

Facebook en Twitter om een bepaalde doelgroep aan te spreken.

Hoe kun je als organisatie op deze veranderende manier van zakendoen inspelen en dit, voor zover mogelijk, ondersteunen of regisseren?

Er zijn in Het Nieuwe Werken dus voldoende technologiegerelateerde uitdagingen voor organisaties om de behoeftes van de gebruikers in te vullen. Het is lastig om daarin de juiste balans te vinden. Enerzijds kun je accepteren dat mensen hun eigen PC of telefoon aan het netwerk koppelen en informatie delen via publieke internetdiensten, met grote voordelen in efficiënter werken en ruime mogelijkheden tot netwerken. Anderzijds wil je als organisatie toch graag controle houden over bedrijfskritische informatiestromen, centrale bedrijfstoepassingen en processen.

Cloud computing is niet dé aanjager voor Het Nieuwe Werken. Wel levert cloud

computing een substantiële bijdrage aan Het Nieuwe Werken doordat de behoefte om flexibel te kunnen werken met nieuwe mogelijkheden ondersteund wordt. Het wordt eenvoudiger om informatie vanaf verschillende locaties te benaderen en het wordt eenvoudiger om die informatie met behulp van een browser vanaf een willekeurig apparaat te benaderen.

De concurrentie in de cloud is groot. Dat zal Het Nieuwe Werken niet zozeer goedkoper maken, maar wel steeds beter. Technologie is een versneller voor allerlei maatschappelijke ontwikkelingen. De cloud zal ook de manier van hoe mensen met elkaar communiceren, omgaan en zakendoen veranderen. Dit heeft zeker zijn invloed op het werk en dus ook op Het Nieuwe Werken. ■



SATURN B2B-DEALS

ZO! MOET TECHNIEK

UW VOORDEEL:

- LAAGSTE PRIJS GARANTIE
- GROOTSTE ASSORTIMENT
- KWALITATIEF WAARDIG ADVIES
- FLEXIBELE BETALING
- MAXIMAAL GEBRUIKERSGEMAK
- BESTE SERVICE
- BREED TOEGANKELIJK

VOOR MEER INFORMATIE
NEEM CONTACT MET ONS
OP VIA B2BVENLO@SATURN.NL



ME FOTOGRAFIE

06 - 5397 7438

www.me-fotografie.com

SPREKENDE
BEELDEN



Hersenstichting
Nederland

BEROERTE

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

GEEF
VOOR EEN
BETER
HERSTEL
Giro 860

www.hersenstichting.nl/beroerte

Gratis advertentie





OPTILLEN ZWANGERE VROUW KOST MAGAZIJNMEDEWERKER BAAN

Het optillen van zijn zwangere echtgenote heeft een Duitse magazijnmedewerker zijn baan gekost, zo meldde Nu.nl onlangs. De 21-jarige man zette namelijk een foto van de vreugde-uitbarsting op Facebook, terwijl hij in de ziektewet zat wegens rugklachten. Een poging om door een zaak bij de rechtbank in Krefeld zijn baan terug te krijgen, mocht niet baten.

100.000 MUNTJES TELLEN IN 18 UUR

In China is personeel van een bank 18 uur bezig geweest met het tellen van bijna 100.000 muntjes. Het geld was gestort door een klant die door een rechtbank was veroordeeld tot het betalen van een schadevergoeding. De man was het met de uitspraak niet eens en uit protest besloot hij het bedrag te betalen in muntjes van 1 jiao, omgerekend iets meer dan een eurocent. Zelfs bewakers moesten meehelpen. Samen waren ze 18 uur aan het tellen. Uiteindelijk bleken het 98.737 muntjes te zijn.

(*Bron: NOS)



BEJUBELDE PIZZA IS DIEPVRIESPIZZA

In Manchester heeft restauranteigenaar Gary Newborough een aardige rel veroorzaakt. Voor de opening van zijn restaurant nodigde hij zo'n 100 recensenten uit om bij hem eens 'Italië te proeven', middels een 'pizza die verschil maakt'.

De recensenten waren laaiend enthousiast over de smaak van de pizza's. Maar na de maaltijden voelden ze zich een beetje bedot. Newborough liet toen een briefje rondgaan waarin hij bekende dat ze geen verse pizza's hadden gegeten, maar Dr. Oetker Ristorante pizza's uit de diepvries. Simpelweg gekocht bij de supermarkt op de hoek. Gary blijft tot september de Dr. Oetker pizza's serveren, inclusief salade en drankje voor zo'n vijf euro.

(* Bron: www.demorgen.be)

RUN OP NIJMEEGSE MOK MET SKYLINE ARNHEM

Er is een ware run ontstaan op de mislukte koffiemok die Starbucks in Nijmegen verkoopt. Op de beker is abusievelijk de Arnhemse John Frostbrug afgebeeld en niet de beroemde Waalbrug. Voor koffieliefhebbers blijkt dat geen probleem. Integendeel, de stadsmokken vliegen met tientallen tegelijk de winkel uit. Inmiddels duikt het servies ook al op Ebay en Marktplaats op, voor minimaal de dubbele prijs.

(*Bron: www.nijmegen.nieuws.nl)



BUSINESS FLITSEN

LUNCH GEEN MOMENT VAN ONTSPANNING

De lunch op het werk is lang niet voor iedereen een moment van ontspanning. Er wordt bijna net zo veel achter het bureau geluncht als op een aparte plek zoals een kantine. Ook praten we tijdens de lunch veel over werkgerelateerde zaken. Dat blijkt uit Het Grote Lunchonderzoek 2013 van onderzoeksbureau Multiscope. De meeste mensen (39%) lunchen in een kantine of andere hiervoor bedoelde ruimte. Een vergelijkbaar percentage luncht meestal achter het bureau. Van deze mensen werkt liefst 85% soms of altijd door tijdens het lunchen. Dat houdt in dat een derde van alle werkenden doorwerkt tijdens de lunch. Gemiddeld hebben we 30 minuten lunchpauze. Meer dan de helft (53%) van de werkenden smokkelt daar echter tijd bij. Bij 4% is dat zelfs gebruikelijk. Mensen die langer pauze nemen dan toegestaan smokkelen gemiddeld zo'n 8 à 9 minuten extra. Lunchen op een andere plek dan aan het bureau betekent niet dat we het werk helemaal loslaten. Het werk is voor bijna twee derde een onderwerp dat vaak besproken wordt tijdens de lunch. 7% ergert zich echter aan praten over het werk tijdens de lunchpauze en praat op dat moment liever over andere dingen. Meer dan de helft (55%) van de ondervraagden stoort zich wel eens tijdens de lunch. Vooral collega's die met hun mobiele telefoon bezig zijn is een grote ergernis. Roddelen over andere collega's en smakken tijdens het eten zijn andere veel voorkomende ergernissen.



MEER WERKENDE OUDEREN

De afgelopen twintig jaar is het aantal 55-plussers dat werkt meer dan verdubbeld. Begin jaren 90 was de arbeidsparticipatie van ouderen 25 procent en in 2013 is dat 53 procent. Bijna weer op het niveau van eind jaren 60. Dat heeft het UWV bekend gemaakt. De verwachting is dat dit de komende jaren zal doorgroeien naar 60 procent. Belangrijkste oorzaken van de toename zijn het hoger opleidingsniveau van oudere werknemers, fiscale prikkels van de overheid en de hervormingen van de VUT en het prepensioen. Maar mensen werken ook langer door volgens het UWV als hun opleiding hoger is. De toename leidt ook tot meer arbeids- en werkloosheidsuitkeringen. Indien 55-plussers werkloos worden, vinden ze ook moeilijk een nieuwe baan, mede door de vooroordelen van werkgevers. ANBO-directeur Liane den Haan: "Wij pleiten al tijden voor leeftijdsbewustpersoneelsbeleid, dat inspeelt op de kracht van elke generatie werkenden. Oudere werklozen komen moeilijker aan nieuw werk en het is van belang dat er een impuls en meer geld voor re-integratie beschikbaar komt. Werk maken kost geld voordat het tot opbrengsten leidt. Er moet serieus gekeken worden naar nieuwe fiscale prikkels om arbeid en het in dienst nemen van oudere werknemers aantrekkelijker te maken. En werkgevers moeten worden aangesproken op hun maatschappelijke verantwoordelijkheid. Om de arbeidsmarktpositie van senioren te verbeteren moeten er plannen komen voor betere begeleiding, meer training en vooral ook verbetering van het imago van ouderen bij werkgevers."

Kijk voor meer actueel nieuws op www.noordlimburgbusiness.nl en Twitter @NoordLimburgBiz.

SHORIZONTALE SAMENWERKING CRUCIAAL VOOR LOGISTIEKE SECTOR

Horizontale samenwerking is één van de voorwaarden voor renderende groei in de logistieke sector. Deze conclusie trekken ABN AMRO, Transport en Logistiek Nederland (TLN) en expéditeursorganisatie FENEX in deel 2 van het rapport 'Logistieke waarde creëer je samen', dat specifiek ingaat op horizontale samenwerking en is gebaseerd op onderzoek uitgevoerd door Panteia. Ongeveer 64 procent van de logistieke dienstverleners werkt op een of andere manier samen met collega dienstverleners; hiervan werkt 70 procent samen in een geformaliseerd samenwerkingsverband. Bij bedrijven actief in een samenwerkingsverband geeft circa 65 procent aan een beter tarief te realiseren. Onder bedrijven actief in een losse samenwerking geeft circa de helft aan een beter tarief te realiseren door de samenwerking. Het overgrote gedeelte van de samenwerkingsverbanden komt echter bij toeval tot stand vanuit het netwerk. Slechts 2 op de 10 logistiek dienstverleners gaat actief op zoek naar een samenwerkingspartner. Logistieke bedrijven moeten vervolgens zelf initiatief nemen en ambitie tonen om de overgang te maken van operationele activiteiten naar samenwerking op strategisch niveau. 64 procent van de logistieke dienstverleners werkt samen met partners. In algemene zin blijkt dat in bijna 20 procent van het succes van het samenwerkingsverband bepaald wordt door het opstellen van een samenwerkingscontract en bijna 15 procent door de flexibiliteit en aanpassingsvermogen van de partners. www.tln.nl

Fleximo adviseert MKB-bedrijven op het gebied van autolease. Daarbij nemen we u de gehele mobiliteit uit handen. Bent u van plan een auto te leasen en wilt u weten welke leasevorm (of een combinatie van leasevormen) het beste bij u past? Wilt u de kosten van uw wagenpark reduceren en zoekt u een partij die hiervoor een creatieve oplossing bedenkt? Of hebt u hulp nodig bij het formuleren van een wagenparkpolicy? Fleximo regelt niet alleen de autolease voor u, maar we ondersteunen u bij alle facetten van mobiliteit.

Fleximo in het kort

- Eén vast aanspreekpunt voor al uw mobiliteitsvragen: uw leaseadviseur.
- Persoonlijk contact, van ondernemer tot ondernemer.
- Eerlijk en transparant lease-advies. Geen onaangename verrassingen achteraf.
- Merk-, dealer- en leasemaatschappij onafhankelijk.
- Scherpe tarifiering door creatieve leaseoplossingen.
- Binnen 24 uur offerte van minimaal twee leasemaatschappijen.
- Advies bij autokeuze en/of bedrijfswagenpolicy.

Onze leasevormen

Bij Fleximo onderscheiden we 4 leasevormen. Op basis van uw persoonlijke situatie, adviseren we u welke leasevorm of combinatie van leasevormen het beste bij u en uw bedrijf past.



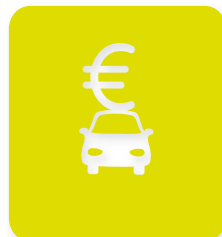
Short lease



Project lease



Fixed lease



Financial lease

Uw leaseadviseur: Thijs Truijen



Fleximo B.V.
Molenveldstraat 153
6001 HH Weert

T. +31 (0)495 71 24 33
E. info@fleximo.nl
I. www.fleximo.nl



SUCCES ALS RESULTAAT

Samenwerken met Rühl Haegens Molenaar dóet iets met ondernemers. Onze proactieve aanpak en gerichte adviezen dragen bij aan succesvolle bedrijfsresultaten van onze klanten. En dat blijkt niet alleen uit de cijfers.

Rühl Haegens Molenaar, Succes als resultaat.

Rühl
Haegens
Molenaar

ACCOUNTANTS & ADVISEURS