



Dit document wordt u aangeboden door:

VALLEI

BUSINESS

klik hier voor meer artikelen

VALLEI

ZAKENMAGAZINE VOOR DE FOOD VALLEY REGIO | JAARGANG 28 | NUMMER 4 | SEPTEMBER 2013

BUSINESS®



Coverstory:

De Kleuver Bedrijfscommunicatie

Groeien in bestaande en nieuwe markten

Forum Marketing & Communicatie:

'Wees in communicatie en reclame nuchter en eerlijk'

ProComm Partners:

Een kerstpakket is geen verworpen recht

Nationaal

Zorgondernemer Loek Winter:
De aanhouder wint



BEDRIJFSAUTOTESTDAG: TESTRIJDERS GEZOCHT



OPROEP AAN U ALS TROUWE LEZER

Meerdere keren per jaar treft u in Vallei Business de bedrijfsautotestdag aan; een spetterend evenement waarbij we de laatste modellen aan een kritische test onderwerpen. 10 oktober is het weer zover. Dan zullen de nieuwste bedrijfsauto's door onze trouwe lezers worden getest. We sluiten deze enerverende testdag af met een heerlijk diner, waarbij u kunt netwerken met dealers en andere ondernemers in uw regio.

Bent u op zoek naar een nieuwe bedrijfswagen en gevestigd in de regio Vallei? Meld u dan nu aan voor onze autotestdag op 10 oktober. Surf naar www.valleibusiness.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.

Tot ziens op de bedrijfsautotestdag.



www.valleibusiness.nl

VOORWOORD



Time flies when you're having fun

Voor u ligt de eerste Vallei Business sinds de vakantie. De tijd vliegt voorbij, nietwaar? Het voelt als de dag van gisteren dat ik over het strand van de Côte d'Azur wandelde. De realiteit is echter dat het alweer drie maanden is geleden. Of zoals de Engelsen het zo mooi zeggen: *time flies when you're having fun*.

Want fun heb ik nog steeds. Elke keer rijd ik weer met veel plezier naar mijn interviewafspraken in onze mooie Vallei. Elke keer schrijf ik met veel plezier het blad vol, dus ook deze keer weer.

Te beginnen met de coverstory. Wij waren te gasten bij De Kleuver Bedrijfscommunicatie, een zeer interessant en dynamisch bedrijf. En wat te denken van een leuke forumdiscussie over marketing en communicatie. Altijd een interessant onderwerp voor een ondernemer.

Daarnaast was ik aanwezig bij de FoodValley Regiotoer 2013 in Nijkerk. Ik heb daar veel interessante mensen gesproken en een aantal leuke bedrijven bezocht. Het zou mij zeer verbazen als daar in de toekomst geen leuke verhalen uitkomen!

Ik wil mijn voorwoord graag afsluiten met een ordinaire oproep. Op donderdag 10 oktober organiseren wij weer de Bedrijfswagentestdag. Bent u geïnteresseerd in de laatste bedrijfswagens en wilt u aantal proefritten maken? Meld u dan aan via www.valleibusiness.nl. Ik durf te stellen dat wij inmiddels bekend staan om de goede invulling van zo'n dag. Dat zal deze keer niet minder zijn! Ik zie u graag op donderdag 10 oktober!

Met vriendelijke groet,

Lars van Bergen
Hoofdredacteur Vallei Business
lars@vanmunstermedia.nl



Zakenmagazine voor
de regio Vallei
www.valleibusiness.nl

JAARGANG 28
september 2013, editie 4

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

UITGEVER
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE
Lars van Bergen

EINDREDACTIE
Lars van Bergen

REDACTIE BIJDAGEN
Sofie Fest, Hans Hooft,
Jessica Scheffer

VORMGEVING / OPMAAK
Jan-Willem Bouwman,
Jasper Heijmans

DRUK
Control Media

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
Van Munster Media B.V.
Raymond Smit t: 024-3738502
Kerkenbos 12-26C, 6546 BE Nijmegen
Tel. (024) 373 8505, Fax (024) 373 0933
info@vanmunstermedia.nl

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

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

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

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

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

BUSINESS NATIONAAL

Landelijk katern van de
regionale zakenmagazines
Postbus 14101, 3508 SE Utrecht
T 030-2512818 E ub@vxs.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@vxs.nl

VORMGEVING bpMedia + Design

- 6** Coverstory: Groeien in bestaande en nieuwe markten
- 8** Forum Marketing & Communicatie
- 14** Servicerubriek
- 16** Alarmbellen op de arbeidsmarkt
- 18** ZZZ Valley
- 19** Tien redenen om je bedrijf te digitaliseren
- 21** Aatop Personeelsintermediair helpt u aan goede professionals
- 22** Grip op de bedrijfsvoering
- 23** Koffie volgens Peeze: 'Een bewust visitekaartje van uw MVO-beleid'
- 24** Toplocaties
- 26** Mensgerichte marketing uit Veenendaal

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

- 28** Een kerstpakkett is geen verworven recht
- 30** Trends kerstpakketten 2013: een botoxbon voor kerst?
- 32** Van Mourik Transport: Maatschappelijk Verantwoord Vervoeren
- 33** Carwash & Co: al jaren een begrip in de Vallei
- 34** Dutch Spices: food for everybody
- 36** FoodValley Regiotoer 2013
- 38** "Wat doet Barneveld beter?"
- 42** Coffee@work: treed binnen in de wereld van bewezen koffiekwaliteit
- 43** VMS in een nieuw veel belovend jasje: Jet Verzendt
- 44** De Stelling
- 46** Kennismanagement, vooral een kwestie van willen delen!?
- 47** De koffieautomaat als ontmoetingsplaats
- 48** Klein Wittenoord: de Verbinding tussen mens en werk



‘Als het gaat om leadgeneration, dan hebben wij een scala aan middelen tot onze beschikking.’



Jezelf profileren in diverse media is voor bedrijven van levensbelang.



Koffie is een van de belangrijkste secundaire arbeidsvoorwaarden op kantoor. Maar zeker ook uw visitekaartje voor relaties en toekomstige klanten.



‘Als je een kerstpakket doet, doe het dan goed. Blijf weg bij smaak. Zorg dat het ergens over gaat.’



Frank Patz, directeur van het Dutch Spices, heeft een duidelijke visie op de markt en houdt van een hands-on mentaliteit.



De komende jaren breidt de gemeente Barneveld uit. Het aantal inwoners groeit van 53.000 nu naar zo'n 65.000 in 2030.



Een bijzondere plek, centraal in Nederland, die zich kenmerkt door rust en ruimte. En door haar kleinschaligheid, terug te vinden in de naam.

Groeien in bestaande en nieuwe markten

Wat doe je om aan nieuwe klanten te komen? Op dit moment boren ondernemers alle bronnen aan om hun omzet op peil te houden; de oorzaken zijn bekend. Eén bron wint aan populariteit: online marketing. De Kleuver Bedrijfscommunicatie en BIMBIM nieuwe media werken samen aan de groei van bedrijven, op een eigentijdse manier.

Het verhaal van Wim de Kleuver, directeur van De Marketingcommunicatiegroep: "Mijn vader was ondernemer en zei altijd: 'wij hebben ons bedrijf opgebouwd in tien jaar, we hebben het tien jaar kunnen vasthouden en in tien jaar moeten afbouwen.' Hij had het over een familiebedrijf begin jaren '80. Inmiddels zijn de fases in de levenscyclus van een bedrijf verkort naar vijf jaar. Trends en technieken volgen elkaar in razend tempo op, de omgeving verandert, de klantvragen veranderen, de business verdienmodellen veranderen. Dit betekent dat ook je business model iedere vijf jaar verandert en je je als ondernemer

steeds sneller moet aanpassen. Dat maakt ondernemen moeilijk, maar biedt ook enorme kansen."

Hogere wiskunde

Die kansen zitten vooral in de ontwikkelingen in de online marketing. Pim Mulder, directeur van BIMBIM nieuwe media, legt het zo uit: "De kracht van online media zit 'm in een aantal factoren. Het is een combinatie van technische aspecten, inhoud én het ontwerp zelf.

Online marketing is een specialisme geworden, waarin Google eisen stelt én mogelijkheden biedt. Waar je enkele jaren geleden nog kon volstaan met zoekwoorden toevoegen aan je site en de teksten schrijven conform Google, moet je tegenwoordig uitgebreide rapportages maken en behoorlijk analytisch denken om zoekresultaten te monitoren, bij te sturen en conversie optimalisatie te creëren. Het geven van een strategisch online marketingadvies over hoe je meer uit websites en applicaties kunt halen is hogere wiskunde geworden.

Uiteindelijk is de vraag van iedere ondernemer gelijk: wat kost het en wat levert het op? Om deze vraag te beantwoorden heeft BIMBIM een speciaal model ontwikkeld".

De Kleuver bedrijfscommunicatie startte in 2000. Sinds 2005 is het bedrijf gevestigd in de oude directeurswoning van de Ritmeester Sigarenfabriek, in Veenendaal. Dit jaar is dit monumentale pand precies 100 jaar oud. In 2008 zijn er twee labels bijgekomen: BIMBIM nieuwe media b.v. en De Kleuver arbeidsmarktcommunicatie b.v. Elk met zijn eigen specialisme. Samen vormen zij de juiste mix voor De Marketingcommunicatiegroep.

De Kleuver bedrijfscommunicatie - Bouwen aan sterke merken Positioneringbureau. Een effectieve marketingcommunicatie strategie is bepalend voor het succes van uw onderneming. Een zorgvuldige afweging van de juiste positionering, merkenstrategie, doelstellingen, doelgroepen, communicatieconcept, communicatieboodschap, middelen, media en budget ligt hieraan ten grondslag. Op basis van scherpe doelstellingen en een gedegen strategie werkt de Kleuver bedrijfscommunicatie aan de juiste mix. Download de Strategiecheck op dekleuver.nl.

BIMBIM nieuwe media - Interactie tussen merk en doelgroep
Online marketingbureau. Vanuit online strategie, online positionering

en een duidelijke online visie adviseert en versterkt BIMBIM haar klantenpropositie, volgens haar eigen ontwikkeld model. Onderscheidend in creatie, vanuit onderzoek en stijl ontwikkelt en ontwerpt BIMBIM winnende online concepten. BIMBIM zorgt voor een optimaal platform voor traffic én conversie, waaronder webshop optimalisatie en lead generation. Meer weten over ons online strategisch model? Neem contact op of vul het contactformulier in op bimbim.nl.

De Kleuver arbeidsmarktcommunicatie - Employer brand activation Employer brand bureau. Werven vanuit een sterk werkgeversmerk is succesvol werven. De Kleuver arbeidsmarktcommunicatie biedt hulp bij het maken van de juiste keuzes, geeft advies en staat voor een duidelijke aanpak, inclusief ROI. Onderzoek, strategie, arbeidsmarktcommunicatieplan opstellen en dan pas creatie met conversiedoelstellingen, is de werkwijze. Het vertalen van de kritische succesfactoren (de reden waarom een potentiële werknemer écht in beweging komt) vertalen wij naar creatieve campagnes en de juiste mediastrategie. Doe de werkgeversscan op dekleuveramc.nl.

Samen vormen wij De Marketingcommunicatiegroep



Pim Mulder, directeur BIMBIM nieuwe media en Wim de Kleuver, algemeen directeur, in de tuin van de gerenoveerde oude directeurswoning van Ritmeester Sigarenfabrieken uit (1913).

De Strategiecheck: eerst de basis

“En daar ben je er niet mee”, betoogt De Kleuver. “Nog steeds gaat het in eerste instantie om een goede positionering van je bedrijf: wat wil je zichtbaar maken? Met andere woorden, wat is je DNA, waar zit je kracht, welke klanten wil je aantrekken en (hoe hard) wil je groeien?” De consultants van De Kleuver bedrijfscommunicatie helpen hun klanten met behulp van de Strategiecheck. Het is een methode waarmee stapsgewijs de organisatie & business parallel aan de marketing- & communicatiestrategie wordt geanalyseerd. De strategiecheck is geschikt voor zowel het kleinere MKB als voor grote internationaal opererende bedrijven. Het is de methodiek die het verschil maakt. “Eerst de basis”, vindt De Kleuver, “dan de middelenmix.” De Kleuver gaat samen met de klant op zoek naar het antwoord op hoe te kunnen groeien in bestaande en nieuwe markten. “We vertalen die basis in een positionering inclusief de (online) strategische marktbenadering. Dit zetten onze creatieven en webdevelopers om in concept. We bepalen de juiste middelenmix en bouwen zo vanuit de juiste strategie aan sterke merken.”

Groeien

“Het hele plaatje moet kloppen”, is ook Mulder van mening. “Soms ligt er achter een vraag van een klant een dieperliggende – positionerings – vraag. Vaak ook niet. Veel bedrijven hebben hun propositie helder en willen meer conversie, meer omzet. Een mooi voorbeeld is een landelijk accountantskantoor, waarvoor wij hebben gewerkt. Samen met hen hebben we een plan

opgesteld, waarin optimalisering van de site en een online actie werden gecombineerd met traditionele middelen zoals free publicity, advertenties in vakbladen en een bel-actie. Het resultaat overtrof de verwachtingen, klanten meldden zich spontaan aan via de site.”

Als het gaat om leadgeneration, dan hebben wij een scala aan middelen tot onze beschikking.

De Kleuver stelt dat bij de juiste inzet van onlinemarketing de ROI snel wordt bereikt. “Wij kunnen mooie voorbeelden laten zien, waarbij investeringen snel werden terugverdiend. Wij durven het bij goede cases aan om prestatieovereenkomsten af te sluiten met klanten, zodat we samen ondernemersrisico lopen. Gewoon, omdat we weten dat we de groei ook online kunnen realiseren. Webshops zijn hiervan een goed voorbeeld. Een omzetverhoging van € 100.000 naar € 200.000 per maand? Het kan. Van 1.000 couverts naar 1.200 couverts per week? Het kan, met de juiste case. Kennis maakt het verschil. Ondernemen is in mijn optiek je voortdurend aanpassen aan de tijd waarin je leeft. En groeien kan, ook nu!” ■

Forum Marketing & Communicatie

'Wees in communicatie en reclame nuchter en eerlijk'

Jezelf profileren in diverse media is voor bedrijven van levensbelang. Als je jezelf niet laat zien, blijven de klanten weg. Het is voor bedrijven dus zaak om precies te weten hoe, waar en wanneer ze naar buiten moeten treden om hun doelgroep te bereiken. Het inhuren van professionals lijkt logisch, maar veel bedrijven proberen toch zelf hun eigen marketingplan te verzinnen met soms geen of juist een tegenovergesteld effect.

Vallei Business nodigde een achttal professionals uit in Het Oude Politiebureau in Ede om mee te praten over dit onderwerp. Aan tafel zitten Lambert Kisteman van Qompassie uit Lunteren, André Noorlander van Marble Management uit Ede, Pauline Teunissen van PRezz video PR uit Driebergen, Driek Geurtsen van One4Marketing uit Veenendaal, Peter Pors van PDR uit Ede, Wim de Kleuver van De Marketinggroep uit Veenendaal, Corné Eshuis van Markinno uit Ede en Erik van den Berg van Blits Visuele Communicatie uit Ede.

Stelling: Ondernemers moeten hun vingers zelf niet branden aan het schrijven van een marketing- of communicatieplan.

Peter Pors: "Zorg dat je voldoende kennis in huis haalt om je er bij te laten adviseren. Een ondernemer moet ondernemen, zijn geld verdienen met zaken waar hij goed in is. Een ondernemer die naast zijn eigen werk óók nog een goed communicatieplan kan schrijven, is zeldzaam. Aan de andere kant vind ik een marketing- of communicatieplan ook wel een beetje 2012. Niets is zo dynamisch als de tijd waarin we nu leven. Dus leg voor

maximaal één jaar een plan vast en bepaal daarna opnieuw je strategie."

Wim de Kleuver: "Integreer je businessplan met je marketing-, sales- en communicatieplan. Kijk juist wél maximaal drie jaar en bepaal je strategie, communicatie- en mediamix. Monitor dit en stuur dit continue bij op resultaten en Return On Investment. Positioneringskeuze en merkenstrategie zijn leidend."

Michael van Munster: "De ontwikkelingen gaan steeds sneller."

Pors: "Omdat de omstandigheden steeds wijzigen. Kijk naar Twitter. In 2012 was Twitter helemaal geweldig en werd het gebruikt om bijvoorbeeld leads te genereren. Dit jaar lees je in de media dat men steeds minder tweets leest en het enkel gebruikt om te zoeken. Nu gaat het steeds meer om de dialoog en daar komt Facebook om de hoek kijken. En deze verschuiving had je medio 2012 niet kunnen bedenken. Het gaat zó snel."

Pauline Teunissen: "Ik denk dat je in een marketingplan zowel de korte als de lange termijn strategie moet vastleggen. Het is belangrijk om te weten waar je met je bedrijf naartoe wilt."

Erik van den Berg: "In zo'n plan leg je vast wat je wilt uitstralen, hoe je je bedrijf wilt profileren en wie je wilt zijn. Dat kun je doen met de middelen

die je daarvoor wilt inzetten, maar die middelen veranderen steeds. Maar het is moeilijk te voorspellen waar het over twee jaar naartoe gaat."

De Kleuver: "Probeer het eens."

Van den Berg: "Wat je nu ziet is dat SoLoMo in opkomst is. Dat staat voor Sociaal, Lokaal en Mobiel. In de business to consumer branche worden steeds meer aankopen gedaan op basis van reviews. Ik verwacht dat dat ook in de business to business branche gaat gebeuren. De waardering die klanten aan bedrijven gaan geven, wordt dus steeds belangrijker."

Driek Geurtsen: "Ik vind dat een ondernemer altijd bezig moet zijn met een marketingplan, vooral op de lange

Deelnemers:

- Lambert Kisteman, Qompassie
- André Noorlander, Marble Management
- Pauline Teunissen, PRezz video PR
- Driek Geurtsen, One4Marketing
- Peter Pors, PDR
- Wim de Kleuver, De Kleuver Bedrijfscommunicatie
- Corné Eshuis, Markinno
- Erik van den Berg, Blits Visuele Communicatie



termijn. Marketing is essentieel voor een bedrijf. Als ondernemer zorg je er met een marketingplan voor dat je de drive waarom je met je bedrijf bent begonnen een klantgerichte focus geeft, de juiste doelen benoemt en die vertaalt naar acties.”

André Noorlander: “De boodschap bepaal je zelf als ondernemer. De communicatie is uitvoering en veranderd snel van vorm, gebruik daarvoor de specialisten zodat jouw boodschap goed overkomt.”

De Kleuver: “Een ondernemer heeft vaak goede ideeën. Eigenlijk heb je een marketing- en communicatiekalender nodig om die ideeën op papier te zetten en te kijken waar je nu staat en waar ja naartoe wilt. En dat geldt ook voor de langere termijn, want je moet wel een visie hebben. Het belangrijkste advies wat wij onderne-

mers altijd geven is dat ze beide plannen niet los moeten zien. Koppel ze!”

Lambert Kisteman: “Ik denk dat je deze stelling niet algemeen kunt toepassen. Er zijn authentieke bedrijven die dingen doen waar je geen bijna geen communicatiewetenschappen op los kunt laten.”

Van Munster: “Er is dus geen standaard recept voor.”

Kisteman: “Precies! Voor de grote bedrijven kan dat natuurlijk best. Maar als je een speciaalzaak hebt, wordt dat een stuk lastiger. En ergens is het ook weer goed, want je onderscheidt je als bedrijf van het gros.”

Van Munster: “Ondernemers zien vaak door de bomen het bos niet meer. Welke kant moeten we op?”

De Kleuver: “Als je als bureau kennis in huis hebt, is het onderscheidend vermogen enorm!”

Van Munster: “Maar dat is natuurlijk de ervaring.”

De Kleuver: “Ik denk dat dat voor ons allemaal geldt. De kunst is om, als je een bureau hebt, de taken goed te verdelen. De ene doet online, de ander doet social media. Die specialisten koppel je aan een klant zodat hij zich kan richten op zaken doen. Je moet hem daarin helpen.”

Teunissen: “Het belangrijkste is natuurlijk om te weten wat de bedrijfspropositie is en aan die propositie hang je de middelen op.”

Van den Berg: “Precies. Zo roept een ondernemer vaak dat hij ook wel iets met Twitter of Facebook wil doen. Maar ze hebben geen idee waarom of voor wie. Dan is het aan een bureau om in te schatten of het nut heeft voor een ondernemer of niet.” ▲

Tips & tricks

Pauline Teunissen:

- Met een video op je website én Youtube kun je niet alleen snel en persoonlijk je bedrijf presenteren, maar scoor je ook hoger in de zoekmachines.
- Voordat je een bedrijfsfilm gaat (of laat) maken, stel jezelf de ultieme vraag: 'wat wil je dat de kijker denkt of doet na het zien van je video.'
- Denk crossmediaal.

Erik van den Berg:

- We discussiëren al jaren over de rol van marketing en de rol van sales in het verkoopproces. Wat mij betreft is deze vrij duidelijk. Marketing zorgt voor leadgeneratie en naamsbekendheid en verkoop zorgt voor conversie. Daarbij kunnen bureaus juist zorgen voor ondersteuning van dit verkoopproces met overtuigende instrumenten. Zet (online) marketing dus in voor leadgeneratie en ondersteuning tijdens het verkoopproces.

Peter Pors:

- Zorg dat je de juiste mensen om je heen verzamelt die jouw verhaal vertellen. Waardevolle ambassadeurs zijn anno 2013 bijzonder relevant voor het authentieke verhaal over jouw meerwaarde.

Wim de Kleuver:

- Focus op klantentevredenheid, niet op klantenomzet. Denk dus middelen vrij en doe meer dan je belooft. Het resultaat is tevreden klanten, tevreden groei.

Driek Geurtsen:

- Zorg voor leads en uiteindelijk klanten door het delen van waardevolle informatie. Delen kan via de website, een blog en social media.
- Zet ebook's, webinars, scans, trails etc. in bij dit interactieve marketingproces.
- Als laatste: wees met dit alles succesvol door te zorgen voor een sublieme samenwerking tussen marketing en sales.

André Noorlander:

- Doe wat je zegt en zeg wat je doet. Dat laatste is marketing en communicatie. Zorg voor een kwalitatief product, dan zullen anderen vertellen wat jij doet.

Lambert Kisteman:

- Wees in communicatie en reclame nuchter en eerlijk.
- Formuleer enkele specifieke punten waarin je organisatie of bedrijf zich onderscheidt van de collega's in de markt.
- Zorg ervoor dat alle communicatie- en reclameuitingen, online en offline, op elkaar zijn afgestemd.

Corné Eshuis:

- Bedenk wie je wilt zijn, en vraag anderen wie je bent. Zakendoen is net flirten, je krijgt de klanten die het beste bij jou passen. Een reclamebureau kan een masker maken, of een maatpak. Een masker is fake en korte termijn, een maatpak verkoopt de waarheid op een professionele manier. Mijn ervaring is dat een bureau altijd moet investeren in zijn klanten en u mag een bureau hierin best uitdagen. Als u niet begrijpt waar de marketingfilosoof het over heeft, is een switch naar een ondernemend bureau (wat uw taal spreekt) snel gemaakt.

Stelling: Voor het succesvol positioneren van een bedrijf is authenticiteit of echtheid een vereiste.

Kisteman: "Dit gaat niet voor alle bedrijven op. Voor een deel van de bedrijven zal dit zeker zo zijn, maar voor het gemiddelde grootwinkelbedrijf mag het ook wat minder."

Geurtsen: "In het huidige internettijdperk moet je als winkelier heel goed nadenken over je eigen identiteit en positionering. Klopt het wie je bent of wil zijn met hoe de klanten jou zien. Daar mag eigenlijk geen verschil tussen zitten."

Kisteman: "Er zit nogal een verschil tussen authenticiteit en positionering. Ik kan een bedrijf neerzetten met 'alles voor de laagste prijs en toch een geweldige kwaliteit', maar dat heeft voor mij gevoel niets met authenticiteit te maken."

Pors: "Volgens mij is het allemaal niet zo ingewikkeld en wordt er bedoeld

'kun je succesvol zijn als je niet eerlijk bent'. Het kan wel, maar het is levensgevaarlijk. Kijk naar het Puur en Eerlijk certificaat van Albert Heijn. Het authentieke, het echte wordt zo belangrijk in onze transparante wereld."

Noorlander: "Volgens mij kun je ook stellen dat je als ondernemer of bedrijf niets verkoopt, maar dat mensen bij jou kopen. Je moet dus geen façade ophouden, maar gewoon jezelf zijn. Je houdt het anders niet vol."

Geurtsen: "Onze klanten zitten zijn B2B bedrijven. Bij klantgesprekken is het vaak eerst een zoektocht naar het waarom doe je als bedrijf wat je doet. Wanneer je met klanten als het ware tot die kern komt, is de vertaalslag naar het uiteindelijk leveren van een eerlijke marketing boodschap een stuk makkelijker."

De Kleuver: "Een sterk merk is echt en begint binnen."

Stelling: De begrippen reclame, marketing en communicatie liggen erg dicht bij elkaar. Het is voor een ondernemer bijna onmogelijk om hier onderscheid tussen te maken en voor een reclamebureau onmogelijk om zich te onderscheiden.

Corné Eshuis: "Zowel bij PR als bij een marketing- of communicatieplan hebben sommige klanten het idee om het zelf te doen. De beste klanten zijn de klanten die ervaring hebben. Een startende ondernemer doet het liefst alles zelf en dan is een korte bijsturing vaak al ruim voldoende. Grotere organisaties werken een aantal jaar met een hip bureau uit Amsterdam, prikken vervolgens door dat bureau heen en gaan bewust naar een ondernemend en gepassioneerd bureau op de Veluwe. En dat zijn de leukste klanten. Die hebben ervaring, zijn op zoek naar wat anders, zijn wat nuchterder door



een stukje zelfreflectie. Op dat moment is het belangrijk om in de relatie onderscheid te maken tussen marketing, communicatie en PR.”

Van Munster: “Ik heb het idee dat het wel minder wordt met het zelf doen van PR. Is het moeilijker geworden om het zelf doen?”

Geurtsen: “Voor ondernemers is nog steeds makkelijk. Je kunt nog steeds vrij eenvoudig een website en een blog maken en zorgen dat je boodschap via content marketing en social media bij je doelgroep terecht komt.”

De Kleuver: “Een website maken is ook niet moeilijk, dat kan iedereen. Maar met welk doel je de website maakt, is een heel ander verhaal. Laat je klant daarom naar je bureausamenstelling kijken. De verhouding binnen een bureau tussen advies, creatie en techniek bepaalt of de klant een leuk creatief voorstel krijgt, of een doordacht internetconcept waarmee je de doelstellingen van je website daadwerkelijk kunt behalen.” ▲



Teunissen: “Dat is met een filmpje natuurlijk hetzelfde. In principe kan iedereen een filmpje maken. Mijn credo is, chargerend natuurlijk, beter een slechte video dan geen video. Want mét video kom je bijvoorbeeld hoger in de zoekmachines. En je kunt je klanten er bij betrekken door ze met smartphones video’s te laten maken. Bij videomarketing plaats je een filmpje op Youtube, maar daar blijft het niet bij. Het moet de juiste titel hebben, de goede tekst met zoektermen en labels en daarmee zorg je dat je hoger in de zoekmachines komt. Als er twee bedrijven zijn waarvan de ene geen filmpje heeft en de andere een slecht filmpje, wordt het bedrijf met het slechte filmpje uiteindelijk beter gevonden.”

Eshuis: “Uiteindelijk is het een combinatie van alledrie de factoren. Als je dat goed combineert, sla je een goede slag. En als bureau kun je je onderscheiden door hierin de juiste maat-

werkmix aan te bieden bij de klant. Dat gebeurt niet zomaar, hiervoor moet een bureau niet alleen creatief, maar ook ondernemend genoeg zijn. Investeren in klanten, activiteiten meetbaar maken om deze vervolgens samen transparant te evalueren”

Stelling: Er gebeurt online zoveel. Ondernemers weten hierdoor niet hoe ze social media in hun bedrijfsvoering moeten passen.

Geurtsen: “Weten ondernemers dan wel hoe zo om moeten gaan met hun website? Er wordt nog steeds te weinig aandacht besteed om met de content op de website in combinatie met social media de interactie met prospects en klanten aan te gaan. En zo leads en orders te genereren.”

Van Munster: “Is de functie van een website niet veranderd sinds de grote opkomst van Facebook?”

Noorlander: “Bij social media is het

heel lastig om bij de euro die je erin steekt van tevoren aan te wijzen hoe en wanneer dat twee euro gaat worden.”

Noorlander: “Juist met online zaken, omdat het zovaak verandert, is het maar zeer de vraag of wanneer je de geïnvesteerde euro terugkrijgt. En hoe onduidelijker dat is, hoe minder men bereid is ergens een euro in te steken.”

De Kleuver: “Je hebt vijf overall internetstrategieën, afhankelijk van wat je doelstelling van je website is. Een webshop is het beste voorbeeld wat goed te meten en bij te sturen is. De juiste aanpak, techniek, content, gemak en service zijn mede bepalend. Kennis van Search Engine Optimization en het vanuit onderbouwde markt- en concurrentiecijfers strategisch inrichten van online advertising (SEA) bepalen of je met je webshop wel of niet succesvol bent.” ■

CARE4COFFEE: GEBRAND OP SMAAK EN SERVICE

Care4Coffee levert meer dan een kopje koffie met gemalen bonen en water. Alles rondom het koffiemoment nemen wij uit handen. Waar u ook werkt, Care4Coffee regelt graag voor u de koffie en het daarbij behorende apparaat. Ondertussen kunt u, met de service van Care4Coffee, uw taken ongestoord uitvoeren en bevorderen wij daarmee uw successen.

Care4Coffee gelooft dat uitstekende koffie de basis is voor succes, ontspanning en energie in een professionele werkomgeving. We leveren de koffie, met de koffiemachines, die past bij de gebruikers en ook bij u. En dat proeft u: alles is op smaak en service gebrand!

Onder ons eigen merk, Care4Coffee, leveren wij instant- en freshbrew automatenkoffie. Daarnaast bieden wij u goede bonen die vanzelfsprekend ook de bron voor instant en freshbrew vormen. ■

Service

- Eerlijke prijzen; goedkope koffie voor op het werk.
- Online bestellen, 24 uur per dag.
- Binnen een straal van 20 km om Ede (Gld) worden geen bezorgkosten in rekening gebracht.
- Care4Coffee biedt een compleet en overzichtelijk assortiment aan.
- Private label koffie van topkwaliteit met een eigen karakter.

Claes Coffee Ede

Faradaystraat 2

6718 XT Ede

Tel: 06 227 245 56

Email: info@claescoffee.com

CARE



COFFEE

by Claes Coffee



markinno

ONDERNEMENDE MARKETEERS



Hampshire



Fietseropuit.nl



Vallei Business

Financieel Advies



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

S+
DL

SCHUURMAN
EN DE LEEUW
accountants

Nieuwe Kanaal 9d
6709 PA Wageningen
Tel.: (0317) 41 32 81
Fax.: (0317) 41 79 59
info@schuurman-deleeuw-acc.nl
www.schuurman-deleeuw-acc.nl

Verbeek Reclame
Groot Overeem 9-12
3927 GH Renswoude
Tel. 0318-830252
info@verbeekreclame.nl
www.verbeekreclame.nl

DTZ Zadelhoff

REPROTEX

Lorentzstraat 6c
6716 AD Ede
T: +31 (0)318 693 121
verkoop@reprotex.nl
www.reprotex.nl

Relatiegeschenken &
Promotionele Textiel

Ziekenhuis
Gelderse
Vallei

Specialist in Horeca- & Bedrijfstextiel
Met trots leverancier van het
Ziekenhuis Gelderse Vallei te Ede

Service Rubriek

Office

Magnolia Opleidingen

Maatwerk in trainingen

Microsoft Word, Excel,
Outlook, PowerPoint
beginners en gevorderden

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



Diversen



DB SCHENKER

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

LANSING_IT
Als u op computers
vertrouwt,
vertrouwt u op ons

Microsoft Small Business Specialist **FUJITSU PARTNER** **3CX PARTNER**

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

Juristen



Van Veen Advocaten

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

Locaties



Hotel en Congressentrum de ReeHorst

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



Hof van Wageningen Hotel en Congressentrum

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



Residence Rhenen

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



Tanteloes

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

Draai om!

(Niet i.c.m. andere acties, geldig t/m 2-11-13)

HALVE PRIJS!
Programma 1 voor de
Knip uit en ontvang

carwash &co

VAN KESSEL TRANSPORT V.O.F.

Sinds 1930 de betrouwbare oplossing voor uw logistiek

Vonderhoevenweg 100
3905 LD Veenendaal
www.v-kessel.nl

Tel: 0318 - 512 303
Fax: 0318 - 355 404
info@v-kessel.nl

VALLEI

BUSINESS®

HAD U HIER WILLEN STAAN?

**NEEM DAN CONTACT OP MET
RAYMOND SMIT
024-3738502**

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 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 frustreert 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 doodgewoon organisatieproblemen en dat is op zichzelf al een interessante paradox. Niet de schaarste van de markt bepaalt het wervingsprobleem, 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 (aanname 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.

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. ■

ZZP Valley trapt in Barneveld af met bruisend event

ZZP'ers uit Barneveld en omstreken kunnen voor vragen, belangenbehartiging, kennisdelen, netwerken, matching met opdrachtgevers én versterking terecht bij ZZP Valley, de vereniging voor en door zelfstandig professionals in de regio Food Valley.

De aftrap van ZZP Valley wordt gestalte gegeven met een groot event op 14 oktober in het Schaffelaartheater in Barneveld met medewerking van de bekende netwerker Arnoud Leerling en inspirator Bart van de Belt. Het thema is 'Denken in kansen'. Toegang is kosteloos.

Het event is tot stand gekomen in samenwerking met de gemeente Barneveld. Ook wethouder van Economische zaken Gerard van den Hengel zal van zich laten horen. De ZZP vereniging die februari 2013 in Veenendaal van start ging, is nu in de gehele regio Foodvalley actief. De vereniging wordt ondersteund door diverse gemeentes, waaronder Veenendaal, Rhenen, Ede en nu dus ook Barneveld.

Makkelijk vindbaar online

Een van de grote voordelen van ZZP Valley is dat aangesloten ZZP'ers zich kunnen presenteren op een toegankelijk online platform zodat het voor bedrijven en particulieren uit de regio Foodvalley heel gemakkelijk is via diverse categorieën en zoekwoorden de professional te vinden die ze nodig hebben. Waarom ver weg halen als er dichtbij net zo veel kwaliteit te vinden is?

Praktische ondersteuning

Sinds februari van dit jaar staat er dankzij het bestuur en een aantal ZZP'ers een stevige organisatie die zelfstandig professionals vooral praktisch ondersteunt. Naast het online platform ten behoeve van de vindbaarheid, worden er praktijkgerichte workshops gegeven en kennisdeelsessies in Veenendaal, Ede en Barneveld. Deze bijeenkomsten worden afgesloten met een gezellige netwerkbordel waarop eveneens het MKB van harte welkom is. Daarnaast is ZZP Valley het officiële aanspreekpunt

voor instanties zoals lokale overheden en de Kamer van Koophandel en is daarmee belangenbehartiger van ZZP'ers in de regio Foodvalley.

Aanmelden voor event

ZZP'ers, MKB'ers, medewerkers van kennisinstellingen en lokale overheden in de regio Foodvalley zijn maandag 14 oktober vanaf 19.00 uur van harte welkom in het Schaffelaartheater, Churchillstraat 74 te Barneveld. Het event is interactief, informatief, enthousiasmerend, verrassend, leuk en confronterend. Uiteraard zal ZZP Valley zich ook uitgebreid presenteren. Dankzij het samenspel tussen Arnoud Leerling en Bart van de Belt gaat het publiek gegarandeerd met nieuwe inzichten naar huis. Daarna is er ruim voldoende gelegenheid om nieuwe contacten op te doen tijdens het ontvangst en de afsluitende borrel. Leden en ZZP'ers die op 14 oktober lid worden, krijgen gratis de cd 'Missie & Mindset: Durf anders te denken!' (twv € 19,95) van Bart van de Belt mee naar huis.

Aanmelden voor het event kan via www.zzpvalley.nl. Wees er snel bij want vol is vol. ■

Dit event wordt mede mogelijk gemaakt door gemeente Barneveld, Van Munster Media, Broekhuis Auto's Barneveld, Univé en Van Ree Accountants.



Tien redenen om je bedrijf te digitaliseren

Het omzetten van je papieren administratie naar een digitale database is voor veel bedrijven een belangrijke efficiencyslag. Je bedrijf klaar maken voor digitaal werken is in de meeste gevallen een goede investering.

Snelheid en gemak

Voor al de snelheid en het gemak van informatie uitwisselen is een groot voordeel van digitaal werken. Dit heeft niet alleen voordelen voor jou als ondernemer en intern voor je werknemers, maar denk ook aan makkelijker uitwisselen van informatie met accountants, banken, belastingdienst en overheden. Steeds meer gaat digitaal. Zo heeft de overheid in samenwerking met marktpartijen besloten om Standard Business Reporting (SBR) te introduceren als verplichte standaard voor digitale gegevensuitwisseling. De Belastingdienst, het Centraal Bureau voor de Statistiek, de Kamer van Koophandel, banken, accountants, administratiekantoren en softwareleveranciers gebruiken per 2013 allemaal SBR om online gegevens uit te wisselen.

Uit onderzoek van PriceWaterhouseCoopers blijkt dat een onderneming gemiddeld:

- 19 kopieën maakt van ieder papieren document

- 20 euro uitgeeft om ieder papieren document op te slaan
- 120 euro uitgeeft aan het zoeken naar ieder fout opgeslagen document
- 25 uur bezig is met het herstellen van ieder zoekgeraakt document
- 10 procent van de omzet opgaat aan het verwerken van informatie
- 7 minuten bezig is met het opzoeken en terugzetten van een document

Door je bedrijfsprocessen te digitaliseren kun je hier eenvoudig op besparen. Om bijvoorbeeld een factuur in te voeren is iemand gemiddeld 30 seconden kwijt, met digitale verwerking wordt dit teruggebracht naar 2 seconden per factuur. Daarnaast maak je minder fouten. Bij het handmatig invoeren van facturen wordt er 3,7 procent fout ingevoerd, bij digitale verwerking is dit gemiddeld 0,6 procent.

Controle en koppeling

Daarnaast is het eenvoudiger om zaken te controleren. Doordat informatie digitaal beschikbaar wordt gesteld is het voor jou en allerlei instanties gemakkelijk hier toegang toe te krijgen (zodra jij deze toegang hebt verleend). Hierdoor ontstaat de mogelijkheid om makkelijker controle uit te voeren. Door databestanden aan elkaar te koppelen of bepaalde profielen op te stellen, is het mogelijk om gedrag en prestaties van mensen en organisaties beter te controleren. Als je documenten eenmaal digitaal beschikbaar zijn, kun je ze makkelijker en sneller op de juiste plaats krijgen én, als ze online (in de cloud) staan, heb je overal toegang tot je documenten. Koppel je dit aan andere (online) software-oplossingen, zoals cashflow- en betalingsprogramma's, dan ben je volledig digitaal en heb je je volledige 'kantoor' altijd en overal binnen handbereik. ■

Tien redenen om te digitaliseren:

1. Informatie wordt toegankelijker;
2. Informatie uitwisselen (intern en extern) wordt makkelijker;
3. Grote hoeveelheden informatie delen wordt eenvoudiger;
4. Informatie analyseren wordt makkelijker;
5. Digitaal werken is beter voor het milieu;
6. Digitale informatie is makkelijker te automatiseren;
7. Digitaal werken betekent minder kosten voor kopiëren en fysieke opslag;
8. Digitale informatie is makkelijker terug te vinden;
9. Digitale informatie is makkelijker op te slaan op verschillende 'locaties';
10. Digitaal werken maakt een bedrijf aantrekkelijk voor (jonge) werknemers, partners en mogelijk ook klanten.



Nieuw in
Nederland

Leer van professionals en ontdek uw PR-kansen

Zelf doen. Het zit er bij veel mensen al van jongs af aan in. De PR Academy speelt in op de behoefte van het MKB door trainingen en cursussen aan te bieden die u helpen te bouwen aan uw publiciteit en reputatie. Daarnaast is het slim om juist in deze tijd uw personeel maximaal te laten excelleren.

Bijvoorbeeld door de training 'Foutloos schrijven' en 'Autoriteit verwerven'. Hiermee bouwt u zelf effectief aan de bekendheid van uw organisatie. Onze trainingen duren maximaal een dag. Bekijk ons complete aanbod op www.pracademy.nl. Benieuwd naar de mogelijkheden? Bel ons gerust op **0318 - 437 552** of mail naar info@pracademy.nl.

0318 - 437 552
pracademy.nl

 **PRAcademyNL**
 **PRAcademyNL**

Aatop Personeelsintermediair helpt u aan goede professionals

Het vinden van de juiste werknemers is voor veel bedrijven een flinke klus. Kandidaten kunnen schaars zijn of ze zijn er juist in overvloed en u ziet door de bomen het bos niet meer.

Aatop

Personeelsintermediair kan u daarbij van dienst zijn. We zijn gespecialiseerd in de Werving & Selectie van uiteenlopende professionals op MBO+, HBO of WO-niveau.



Of u nu op zoek bent naar een software ontwikkelaar, een civieltechnisch ingenieur, een teamleider zorg of een ervaren business consultant. We werven, selecteren en detacheren personeel op de gebieden ICT, Milieu & Ruimte, Techniek en Zorg.

Dankzij ons uitgebreide netwerk, ervaring en expertise, voorzien wij onze opdrachtgevers van de juiste mensen. Wij werken op basis van no cure, no pay.

Via Aatop kunt u kandidaten rechtstreeks in vaste dienst te nemen (werving & selectie). Ook is het mogelijk gebruik te maken van een zogenoemde deta-vast constructie. Gedurende een periode van enkele maanden staat de geworven kandi-

daat bij Aatop Personeelsintermediair op de loonlijst; daarna komt de medewerker bij u in dienst.

Transparantie en goede communicatie staan bij Aatop Personeelsintermediair hoog in het vaandel. Ook klantfocus en een mensgerichte benadering kenmerken

onze werkwijze. Wij distantiëren ons van hit-en-run praktijken. Onze opdrachtgevers bedienen wij vanuit één vaste contactpersoon binnen één van de vier Aatop-disciplines. Op die manier bouwen wij aan een duurzame, persoonlijke relaties met zowel onze opdrachtgevers als kandidaten. ■

Wilt u meer weten over Aatop Personeelsintermediair en onze werkwijze? Neem dan contact met ons op of kijk op onze website: www.aatop.nl. Wij zijn gevestigd in Veenendaal aan de Vendelier 4-IV. U kunt ons bereiken op telefoonnummer 0318-495 310 of per mail via info@aatop.nl. U kunt ons ook vinden op LinkedIn, Facebook en Twitter.

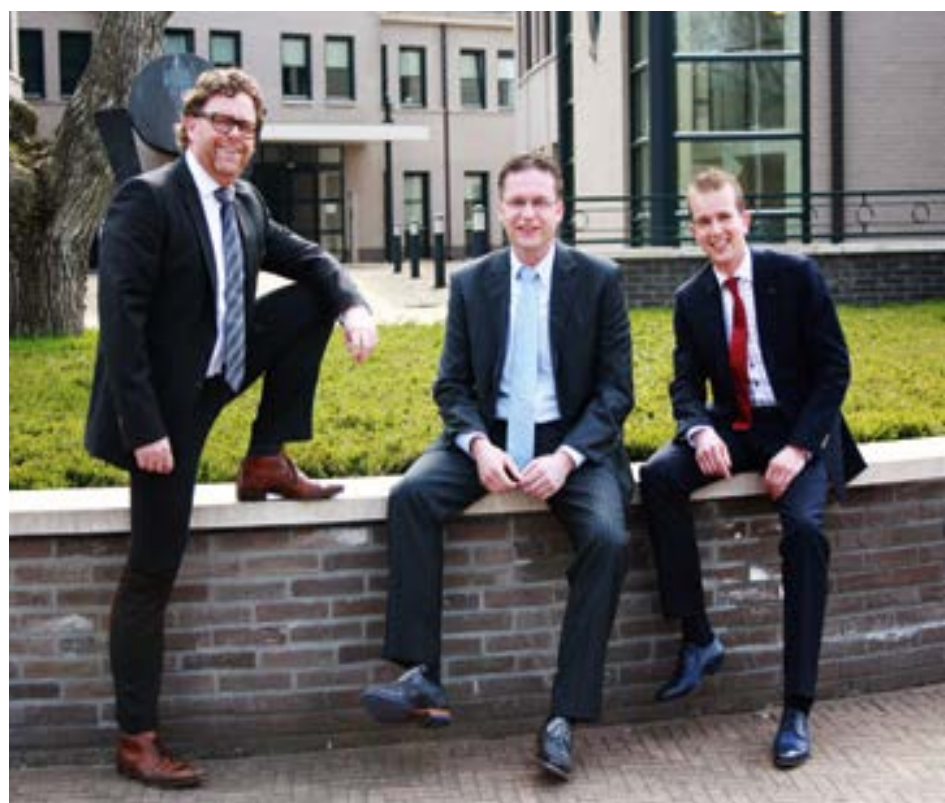
Grip op de bedrijfsvoering

Ondernemers staan met regelmaat voor keuzes en beslissingen die de ontwikkeling en dus de toekomst van hun onderneming kan bepalen. "Kan ik deze investering wel terugverdienen?", "Wat gebeurt er met mijn omzet als ik personeel aanneem of juist ontsla?", "Het pand dat ik nu huur kan ik kopen, is dat verstandig?"

Het nemen van dergelijke beslissingen wordt makkelijker als je de consequenties met cijfers kunt onderbouwen. Bij Schuiteman Accountants & Adviseurs komt de ondernemer op de kwartaalbesprekingen steeds vaker met concrete vragen. Hij wil een bewuste keuze maken.

Evert Hein Schuiteman, directeur van Schuiteman Accountants & Adviseurs: "Wij maken onder meer prognoses en tussentijdse rapportages, van globaal tot zeer gedetailleerd. Denk aan resultaatprognoses, maar ook aan prognoses voor de ontwikkeling van de liquiditeit. Deze kunnen tussentijds getoetst worden aan de werkelijke situatie. Door de cijfers van de ondernemer steeds weer bij te stellen worden de prognoses steeds realistischer. De specifieke situatie van ondernemer, binnen zijn eigen branche, wordt zo nauwkeurig vertaald in cijfers."

"De onderlinge band tussen ons en de ondernemer verandert hierdoor ook



steeds meer", zo geeft Jan van den Brink aan. "De jaarrekening is voor veel ondernemers allang het uitgangspunt niet meer. Juist bij het verschijnen van bijvoorbeeld de tussentijdse rapportages, is tegenwoordig een uitgelezen moment om met de ondernemer om de tafel gaan. Het is een ontwikkeling die volledig past in de bedrijfscultuur van Schuiteman. Meer sturen op de toekomst dan kijken naar het verleden."

"Maar niet alleen ondernemers zijn geïnteresseerd in dergelijke berekeningen", aldus Barry van Dijk. "Ook de financiële sector, zoals krediet- en hypotheekverstrekkers, is zeer geïnteresseerd in deze cijfers. Over de liquiditeitsprognoses zijn

zij bijzonder enthousiast. Wij merken dat dergelijke cijfers een positieve bijdrage leveren in de slagingskans bij een financieringsaanvraag."

Schuiteman maakt gebruik van een speciaal softwarepakket. Dit is een praktisch en realistisch programma waarmee de berekeningen worden uitgevoerd. "Maar een stuk gezond verstand en kennis van de ondernemer en de branche, is onmisbaar bij het uiteindelijke advies", zo geeft Evert Hein Schuiteman aan. ■

Bent u geïnteresseerd en wilt u graag weten wat Schuiteman voor u kan betekenen? Maak dan vrijblijvend een afspraak met onze specialisten Barry van Dijk (0342-473444) of Jan van den Brink (0342-411200).

Koffie volgens Peeze:

'Een bewust visitekaartje van uw MVO-beleid'

Koffie is een van de belangrijkste secundaire arbeidsvoorwaarden op kantoor. Maar zeker ook uw visitekaartje voor relaties en toekomstige klanten. Met Peeze Koffie geeft u een bewust signaal af wat u belangrijk vindt. U vertaalt uw MVO beleid zichtbaar door te kiezen voor kwaliteit en een duurzame partner.

“Wij zijn een 100% Nederlands bedrijf”, aldus Maarten van de Kamp, accountmanager Midden-Nederland. “We branden onze koffie al ruim 130 jaar zelf en staan voor topkwaliteit koffie. Daarnaast staat Peeze voor ketenduurzaamheid en hebben we als MVO koploper bewust gekozen om enkel nog gecertificeerde koffiebonen te branden. Dit als eerste branderij van Nederland.”

Eerlijke bonen en verse melk

Voor het bedrijfsleven biedt Peeze verschillende duurzame Officeconcepten, waarmee eenvoudig en snel koffie van versgemalen bonen geschonken kan wor-

den. Met het concept wordt de koffieverantwoordelijke op kantoor volledig ontzorgd. Plaatsing van de machine, onderhoud en service worden voor een vast bedrag per maand uit handen genomen. En al vanaf € 0,21 per kop kunnen alle medewerkers en ook uw klanten genieten van een heerlijke versgemalen bonenkoffie. Er kan gekozen worden voor verse melk en uit een divers pakket van biologische en fairtrade bijproducten.

Duurzame en professionele apparatuur

Van volautomatisch tot handmatige Barista apparatuur; voor elke werksituatie heeft Peeze een koffiemachine in haar assortiment dat het best aansluit op uw wensen.

Al tientallen jaren zijn wij servicepartner van het Zwitserse merk JURA. Een gedegen merk dat staat voor optimale kwaliteit. De professionele GIGA serie is speciaal ontworpen voor gebruik in het bedrijfsleven. Met een duidelijk display, individuele programmeermogelijkheden, een extra groot waterreservoir en een grote koffieresidubak ideaal voor elke werksituatie. Voor extra gemak is de machine ook leverbaar met een vaste wateraansluiting. ■

Koffiebranderij Peeze, Ringoven 36,
6826 TR Arnhem, www.peeze.nl

Test samen met uw collega's!

Heeft u interesse? Dan bieden wij u graag de mogelijkheid onze koffie eerst te testen. Tijdens de testweek krijgen alle collega's een week lang de mogelijkheid om Peeze koffie zelf te beoordelen. Aanmelden kan simpel via: www.peeze.nl/peeze-proefactie-op-het-werk of neem contact met ons op m.vdkamp@peeze.nl of tel. 026-3622422.



Uitnodiging voor een bezoek aan het Peeze Experience Center

U bent van harte welkom! Peeze heeft een eigen branderij waar u met eigen ogen kunt zien hoe onze koffie zo smaakvol wordt gebrand. U kunt verschillende koffies proeven en ook leggen we u graag uit hoe koffie groeit en wat het belang van duurzaamheid is in dit hele proces. In ons Experience Center geven de barista's graag een workshop om koffie optimaal te beleven.





KLEIN WITTENOORD
VERGADEREN KOORSTUDIO DINEREN

Kleinschalig • Rust • Ruimte

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







Welkom bij Partycentrum Schimmel

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







Restaurant Planken Wambuis

Gelegen op een karakteristieke en prachtige locatie. Hét adres voor een gezellige lunch, brunch, high-tea of smaakvol diner!

Maar ook een ideale plaats op de Veluwe voor een geslaagde vergaderbijeenkomst!

Dagelijks geopend vanaf 10.00 uur.
(voor een vergadering eerder mogelijk!)

Gratis wifi, ruime parkeergelegenheid en uitstekende bereikbaarheid vanaf de snelwegen A12 en A50.

Verlengde Arnhemseweg 146 (N224)
6718 SM – Ede
Telefoon: 026 – 482 1251
E: info@plankenwambuis.nl

Meer info op www.plankenwambuis.nl





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

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

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



Toplocaties in de regio Vallei

5



**FEESTEN & PARTIJEN
CATERING
RESTAURANT**

*Anno straks,
met een vleugje toen*



**VOOR INLICHTINGEN
EN RESERVERINGEN:**

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

6



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

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




7



Beekhuizenseweg 1
6891 CZ Rozendaal
026 3611597

The Hunting Lodge

*Puur, eerlijk
en vooral veel genieten'*



8



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



De Vendel biedt u een
onvergetelijke, culinaire ervaring.

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



9



**Restaurant L'Orage /
Party Centrum Flora**

*In een ambiance van nostalgie, rust en gemoe-
delijkheid is restaurant L' Orage de perfecte
locatie om te genieten van een goede maaltijd.*

Lunterseweg 44
6718 WE Ede
T 0318-613876 / 653227
F 0318-653327
I www.lorage.nl

10

**Amrâth Hotel
Maarsbergen**

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

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





MENSGERICHTE MARKETING UIT VEENENDAAL

Eline Walda helpt bedrijven hun onderscheidend vermogen vinden of versterken. Ondernemers schakelen het bureau van Walda in als klankbord bij hun strategische marketing- of communicatievraagstukken. Met een praktisch ingestoken advies, waar zij direct iets mee kunnen, worden zij op weg geholpen. Concreet, uitvoerbaar en to the point.

Walda: "Ik help bedrijven winstgevender te worden met een sterk merk en de optimale marketingmix. MKB'ers denken bij merken vaak direct aan grote namen als Albert Heijn of Apple. En bij hun eigen merk denken ze aan een logo en een eigen huisstijl. Ze hebben zelf soms niet in de gaten dat ze met hun eigen bedrijf goud in handen hebben om zich te onderscheiden. Het is aan mij om ze te ondersteunen met het bouwen van een sterk merk."

Walda vervolgt: "Dit doe je in eerste instantie door zowel de naamsbekendheid als de reputatie te vergroten. Maar men vergeet vaak de vervolgstap: het gevoel. Dat is eigenlijk een afgeleide van de voorgaande factoren. En omdat je zaken doet met mensen, zul je altijd, dus ook in



business to business, met de factor gevoel te maken hebben. Vandaar dat ik het altijd heb over mensgerichte marketing."

De werkwijze van Walda is uiteindelijk zowel eenvoudig als uiterst effectief. "Ik kom een bedrijf altijd binnen met een helikopterview. Ik overzie samen met de ondernemer de situatie en kijk wat het bedrijf bijzonder maakt. Maar een helikopter moet uiteindelijk ook landen; de ondernemer moet concreet aan de slag kunnen met quick wins en kleine campagnes. Uitvoerbare acties die het bedrijf direct iets opleveren." ■

www.elinewalda.nl



KERSTPAKKET 2.0

Veel staat onder druk, hetzelfde is niet meer goed genoeg. Succes niet langer vanzelfsprekend. Van u en uw medewerkers wordt meer gevraagd. De zaak staat weer op scherp. Intussen bezuinigt u daar waar het kan. Salarissen zijn bevroren en leuke extraatjes even niet aan de orde. Maar toch wilt u uw personeel en relaties bedanken voor de steun, omzet, vertrouwen en loyaliteit.

Het kerstpakket 2.0 biedt uitkomst. Dank je wel zeggen op een bijzondere wijze. Betaalbaar en gewaardeerd. Kies niet langer voor een standaard oplossing, maar voor een cadeau met een persoonlijke tint. Toegespitst op uw bedrijf of uw idealen.

Kom met ons in gesprek. Laat ons uw persoonlijke kerstpakket verzorgen.

Wij zijn B+B Specials Relatiegeschenken en Kerstpakketten. Wij zijn Jeanet en Hanneke, en sinds het jaar 2000 zijn wij al actief op de markt in Kerstpakketten en Relatiegeschenken. Onze inspiratiewerkplaats met vele voorbeeldthema's zijn klaar voor u en uw persoonlijke kerstgeschenk.

Investeer niet in meer geld, maar in een beetje extra tijd en kom naar onze showroom in Veenendaal. Dan creëren wij uw persoonlijke cadeau en maken van het kerstpakket weer een bijzonder moment.

Laat u verrassen en maak een afspraak! ■

B+B Specials Relatiegeschenken en Kerstpakketten
Kernreactorstraat 13F
3903 LG Veenendaal
Tel. 0318-654450
www.b-bspecials.nl



Relatiegeschenken en Kerstpakketten

Maak kennis met Hyundai dealer Bochane!



BOCHANE, HET VERTROUWDE ADRES VOOR:

- ✓ Reparatie en onderhoud van Hyundai
- ✓ Schadeherstel
- ✓ Autoverhuur
- ✓ Leasing, financieringen en verzekeringen
- ✓ Alle nieuwe Hyundai's op voorraad
- ✓ Keuze uit ruim 60 i-Best Occasions



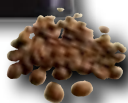
AUTOBEDRIJF BOCHANE VEENENDAAL

Galileistraat 12, Veenendaal

Tel. 0318 - 529 555

bochane-veenendaal.hyundai.nl

www.hyundai.nl



Product keuze

- Koffie zwart
- Cappuccino
- Cafe Latte
- Chocolate
- Heet water

Introductie korting Café Trio van 1095,- voor 795,-

Voordelen van JEDE koffieautomaten

- **5 jaar gratis service**
- **Gratis bezorging bij orders vanaf 75,-**
- **Scherpe prijs/kwaliteit verhouding**
- **Technische dienst in eigen beheer**
- **JEDE heeft meer dan 40 jaar ervaring**

Onze producten hebben gegarandeerd een perfecte smaak dankzij onze eerste klas kwaliteitsproducten van onder andere:

JEDE, Nestlé, Nescafé, Van Houten, Lipton, Maggi, Zoegas, Cup a Soup en Coco Cola.

JEDE is van origine een Zweeds bedrijf en is onderdeel van Nestlé

www.jede.nl



Uw pauze is ons beroep.

JEDE Koffieautomaten B.V. - Electronenstraat 6 - 3903 KJ Veenendaal - Tel: 0318 - 52 80 00 - Fax: 0318 - 52 80 10

Een kerstpakket is geen verworven recht

Een kerstpakket moet altijd het beoogde doel bereiken, vinden ze bij ProComm. Dus begint het met goed inleven: wat wil de klant en wat is de boodschap die het moet uitstralen?

Vervolgens is allereerst creativiteit nodig om de wensen van de klant te vertalen naar een toepasselijk pakket. Daarnaast is een uiterst professionele aanpak vereist. Joop van Veelen, eigenaar van ProComm, legt uit hoe het proces in zijn werk gaat.

“Men moet beter met kerstpakketten omgaan”, trapt Van Veelen af.

“Kerstpakketten gaan vaak over smaak en een oude wijsheid is dat over smaak niet te twisten valt. Maar over smaak valt wel degelijk te twisten, zoals uit het dagelijks leven blijkt. Keuzes voor een kerstpakket worden vaak gemaakt op basis van persoonlijke smaak van degene die het pakket uitzoekt. Dat is, naar mijn mening,

niet het juiste vertrekpunt. Een kerstpakket moet een boodschap hebben, namelijk waardering voor het personeel. Maar het moet wel ergens op slaan, zoek naar een thema. Bijvoorbeeld een verhuizing, de lancering van een nieuw product of een jubileum. Wij zoeken altijd naar een thema wat bij een bedrijf past. Het is ook van belang dat er een persoonlijke tekst van de directie bij zit. Hiermee wordt de waardering nog eens extra benadrukt.”

Hoe meer moeite er in een kerstpakket wordt gestoken, hoe beter? Van Veelen: “Ja. Ik vind bijvoorbeeld een bon een volstreekte uitkleding van de gedachte van het kerstpakket. Het zijn vaak mooie con-

Promotionele producten moeten het beoogde doel bereiken, dat is bij ProComm het uitgangspunt. Daarom gaat men bij ProComm graag op zoek naar het juiste product. Van Veelen: “Nadat wij ons ingeleefd hebben in het bedrijf, doelgroep en doelstellingen, gaan wij met uw wensen aan de slag en daarbij houden we graag persoonlijk contact.”

ProComm helpt bedrijven met zowel het idee als de uitvoering hiervan. Hiervoor gebruiken ze onder andere: business gifts & premiums, promotioneel textiel en corporate sweets, papers & pens.

ProComm is een grotere speler in de markt die de beschreven werkwijze alleen kan waarmaken door met een bovengemiddeld professioneel team te werken. De klanten hebben daarbij intensief contact met het 3-koppige accountteam die zichzelf de titel K-doloog hebben gegeven. Daarmee verwijst ProComm met de typerende knipoog naar de aanwezige professionaliteit en het feit dat men haar relaties graag met een consult vereert. Naast het proactieve accountteam, speelt de strak georganiseerde en uiterst kundige backoffice een zeer belangrijke rol in het succes van het bedrijf. Het enthousiasme en plezier in het werken zijn de zo belangrijke olie, waardoor de zaken gesmeerd lopen. En dat merkt de klant.

cepten, maar het slaat de plank totaal mis. Je neemt op deze manier niet meer de moeite om je echt in te spannen voor je personeel. Het is ook lekker makkelijk, waardoor je eigenlijk zegt dat ze het maar uit moeten zoeken. En dat is precies wat ik er op tegen heb.”

Fiscaal aantrekkelijk

Wat ondernemers vaak trachten te vergeten, is dat het geven van een kerstpakket een van de goedkoopste manieren is om je waardering uit te spreken. Van Veelen legt zijn visie hierop uit. “Bij een pakket van 70 euro, fiscaal het meest aantrekkelijk, geef je in feite 70 euro netto uit. Dat



is relatief weinig geld in verhouding tot de waardering die je ervoor terugkrijgt. Dat het enorm wordt gewaardeerd, blijkt helaas eigenlijk pas op het moment dat je het niet doet. Eigenlijk is dat heel vervelend voor een werkgever, want het geven van een kerstpakket wordt bijna als iets vanzelfsprekends gezien. Bijna een verworven recht, maar dat is het natuurlijk niet. En als de directie dan besluit om 'de pakketten' aan een goed doel te doneren of een jaar over te slaan, heeft dat een enorm negatieve impact en er wordt dan altijd veel over gekletst."

Als je een kerstpakket doet, doe het dan goed. Blijf weg bij smaak. Zorg dat het ergens over gaat. Dat zijn de belangrijkste tips en dan maak je het jezelf een stuk makkelijker. Van Veelen: "En mocht het nou echt moeilijk zijn voor een bedrijf om een thema te bedenken, pakken we een landelijk en maatschappelijk thema. Hoeveel mensen denken er in december nog aan dat we dit jaar een nieuwe paus hebben gekregen of dat er ook een nieuwe koning gekomen is. Eventueel we blikken we vooruit. Zo zijn er volgend jaar natuurlijk weer de Olympische Winterspelen in Rusland en het WK voetbal in Brazilië en nog veel meer." ■

ProComm Partners
Raadhuisplein 56
3771 ER Barneveld
Tel 0342-426140
www.procomm.eu
welkom@procomm.eu

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? Rivierenland 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





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 kerstpakket 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 chocola-deletter of een boterletter is genoeg." ■

Fiscale regels kerstpakket 2013

In 2013 kan iedere ondernemer zelf kiezen van welke regeling zij gebruik willen maken rondom de belasting op het kerstpakket. 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 kerstpakket 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 kerstpakket 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.



VAN MOURIK TRANSPORT: MAATSCHAPPELIJK VERANT- WOORD VERVOEREN

Van Mourik Transport (VMT) is een jong, dynamisch bedrijf dat vooruitstrevend is in innovaties en graag meedenkt met de klant. Directeur Jeroen van Mourik: "Wat voor een klant onmogelijk lijkt op logistiek gebied ervaren wij als een gezonde uitdaging. Toen VMT in 2002 opgericht werd, bestond het team uit drie chauffeurs. Inmiddels zijn we gegroeid tot een enthousiast team van 70 mensen en hebben we meer dan vijftig wagens op de weg."

Van Mourik: "Onze kernactiviteit is het logistiek garant staan voor alle opdrachten die binnen komen via de grote pakketdiensten in Nederland. Dit zorgt voor een positieve wisselwerking. VMT is altijd onderweg om voor de opdrachtgevers pakketten op de juiste plaats te bezorgen. Hierdoor heeft VMT een ijzersterk logistiek netwerk weten te ontwikkelen waardoor wij probleemloos aan de vraag van klanten kunnen voldoen."

VMT heeft medio maart 2013 een overeenkomst gesloten met Total Nederland om hun Excellium Truck diesel af te nemen en dus meer rendement uit de brandstof te halen. Hiernaast werkt VMT al jaren samen met Ecodrive, waarmee het rijgedrag van de chauffeur op een positieve manier wordt beïnvloed.

"Dit zijn slechts enkele stappen die we hebben ondernomen met betrekking tot Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen", vertelt Van Mourik. "Doordat we onze taken onderling goed verdeeld hebben, kom ik zelf meer toe aan het doorontwikkelen en het toepassen van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen binnen ons bedrijf. Daarmee lopen we echt voor op andere bedrijven." ■

STEEDS MEER 55-PLUSERS AAN HET WERK

In de laatste twintig jaar is het aandeel 55-plussers dat nog werkt meer dan verdubbeld. Dat is een ontwikkeling die ook de komende jaren nog door zal gaan.

Ouderen werken vaker door omdat zij hoger zijn opgeleid en omdat het overheidsbeleid is veranderd. Ook werken vrouwen meer. Dat blijkt uit het UWV Kennisverslag 2013 dat onlangs werd gepresenteerd.

De arbeidsparticipatie van ouderen is terug op het niveau van de jaren 60. In de twee decennia daarna halveerde hun arbeidsparticipatie omdat de overheid erop was gericht hen vervroegd te laten uittreden. In 1970 werkte meer dan de helft van de 55-plussers, in 1990 was dat nog maar een kwart. Nu werkt 53 procent weer.

Voordelen

Het in dienst nemen van 55-plussers heeft diverse voordelen. Uit verschillende onderzoeken blijkt dat zij vaak erg trouwe werknemers zijn.

Andere voordelen van het in dienst nemen van 55-plussers:

- Ze zijn loyaal;
- Ze beschikken over veel kennis;
- Ze brengen diversiteit binnen je bedrijf;
- Ze zorgen voor korting op je premie;
- Ze hebben meestal een goede werk-privébalans.

Nadelen

Nadelen zijn dat ouderen vaak minder goed zijn opgeleid dan jongere werknemers, dat zij minder productief kunnen zijn en niet zo goed op de hoogte zijn van technische ontwikkelingen. Met bij- of omscholingscursussen zijn deze nadelen meestal op te heffen.

Bron: MKB Servicedesk

CARWASH & CO: AL JAREN EEN BEGRIP IN DE VALLEI

Carwash & Co is zestien jaar geleden begonnen als MacCarwash Ede aan de Celsiusstraat 6 in Ede. Ze was al snel een begrip in de regio vanwege haar kwaliteit, service en snelheid. In 2010 zijn er plannen ontwikkeld om de organisatie uit te breiden met twee vestigingen in Veenendaal en Doetinchem. Het bedrijf verandert de naam van MacCarwash Ede in Carwash & Co.

Het concept blijft hetzelfde. Met een lange (meer dan 50 meter) full service wasstraat is het mogelijk, om zonder de auto voor te wassen, een uitstekend resultaat te bereiken. Het wasproces bestaat uit vier delen. Bij het eerste deel wordt de auto in de week gezet, zodat het grove vuil losweekt. De auto wordt daarna met geautomatiseerde hogedrukreinigers afgespoten. Vervolgens wordt de auto in de shampoo gezet en textiellappen

wordt het zogeheten statische vuil verwijderd. Hierna is de auto schoon en kan de lak verzegeld worden door een beschermende waxlaag naar keuze. Tot slot wordt de auto gedroogd, waarna men weer schoon de weg op kan. Op elke vestiging zijn er meer dan 20 gratis (overdekte) stofzuigerplaatsen beschikbaar.

Door een constante ontwikkeling van de techniek, recycled Carwash & Co 95% van het gebruikte water. Om dit resultaat te bereiken, wordt uitsluitend gewassen met biologisch afbreekbare shampoos. Hierdoor is het autowassen bij Carwash & Co milieuvriendelijker dan het zelf wassen op straat.

U vindt de Carwash & Co vestigingen aan de Kernreactorstraat 2 in Veenendaal en aan de Celsiusstraat 6 in Ede. Kijk voor meer informatie op www.carwashco.nl. ■



VAN KESSEL TRANSPORT V.O.F.



**Vendelseweg 100
3905 LD Veenendaal**

www.v-kessel.nl

**Tel: 0318-512 303
Fax: 0318-555 404
info@v-kessel.nl**

Sinds 1930 de betrouwbare oplossing voor uw logistiek

Dutch Spices: Food for everybody

Allergeenvrije kruiden maken smaakvol eten toegankelijk

Mede door de globalisering is ons voedingspatroon sterk veranderd. Daardoor is het aantal mensen met een vorm van voedselallergie in de laatste jaren sterk toegenomen. Zo aten Nederlanders 50 jaar geleden nog bijna geen vruchten als mango's en kiwi's. Door de invloed van deze vruchten op ons lichaam en ons immuunsysteem ontstaan nieuwe allergieën zoals gluten-, pinda-, koemelk- en tarweallergie. Door de allergieenvrije productie van kruiden en specerijen door Dutch Spices kan iedereen genieten van veilig, smaakvol en gekruide voedingsmiddelen.

Frank Patz, directeur van het Dutch Spices, heeft een duidelijke visie op de markt en houdt van een hands-on mentaliteit. "Wij zijn al jaren bezig met maatschappelijk verantwoord ondernemen. Ik

zie ontwikkelingen in de markt en merk dat ik daar wat mee kan en wil doen. Vanuit Epos specerijen zijn we daarom twee jaar geleden gestart met een nieuwe productielijn, Dutch Spices genaamd, die

vrij is van de 24 meest voorkomende allergenen. In de Europese wetgeving is niets geregeld over kruisbesmetting. Daar houdt Dutch Spices wel rekening mee en maakt voor haar allergenenmanagement-systeem gebruik van de strenge norm VITAL 2.0. Naast het feit dat dit een nieuwe doelgroep voor ons is, wilden we ook juist een zinvolle bijdrage leveren aan de samenleving."

Allergeenvrij

Dutch Spices is een B2B leverancier van kruiden, specerijen, mixen en totaaloplossingen die in eigen beheer worden geproduceerd. Vanaf januari 2014 wil het bedrijf eveneens allergieenvrije marinade en sauzen ontwikkelen. De eindproducten worden gebruikt door een breed palet organisaties in de foodsector. Dutch Spices ondersteunt hen bij het allergieenvrij maken van hun complete productielijn, zodat zij uiteindelijk een allergieenvrij product kunnen aanbieden aan hun klanten. Vanuit deze visie wil het bedrijf op verschillende manieren bij allerlei organisaties goed en smakelijk voedsel beschikbaar maken voor iedereen.

Dutch Spices Academy

"We hechten groot belang aan het kennisniveau van onze medewerkers. Daarom



leiden we hen intern op in de Dutch Spices Academy. Tegelijk trainen we hier het personeel van onze partners om zo steeds de meest actuele kennis in huis te hebben”, vertelt Patz. “Doordat we steeds in contact zijn met wetenschappers, overheden, klanten en consumenten zorgen we dat onze kennis over allergeenvrije producten en het productieproces ervan steeds up-to-date blijft. Zo kunnen onze partners en wij de allergeenvrije producten steeds verder perfectioneren en het uiteindelijke aanbod voor de consument uitbreiden.”

Borging

Bij de ontwikkeling van allergeenvrije producten is het van belang dat er op geen enkele manier kruisbesmetting ontstaat. Vaste toeleveranciers die voldoen aan strenge eisen, consequente controles bij binnenkomst van de grondstoffen en duidelijke controles op de eindproducten zijn hierbij cruciaal. Daarnaast vindt de productie volledig plaats in een volledig afgesloten productieomgeving die selec-

tief toegankelijk is. Alleen medewerkers die een uitvoerige training hebben gevolgd mogen zich in de productiehal begeven om zo de kwaliteit van het product te kunnen blijven garanderen.

FoodValley

Dutch Spices is zeer betrokken bij FoodValley. Patz: “Wij werken nauw samen met talloze bedrijven uit de voedingsindustrie. Onze focus op duurzaam ondernemen komt ook hierin duidelijk naar voren. We werken graag samen met partners in de regio, zodat we zo min mogelijk CO2 uitstoten bij het bezoeken van al onze relaties. Dat is ook de reden dat ik me graag inzet voor de groei en ontwikkeling van FoodValley als regio en als begrip. Ik geloof dat we door samen te werken wereldwijd een interessante regio zijn door het grote aantal hier gevestigde voedingsgerelateerde organisaties.”

Simply Spices

Op 16 september introduceerde Dutch Spices het nieuwe consumentenmerk

Simply Spices. Via een speciale website bestelt de bezoeker eenvoudig een SIXPACK met zes verschillende kruiden. Patz: “Met Simply Spices zijn we nog een stap verder gegaan. Naast dat dit product allergeenvrij is, zijn er geen E-nummers en kunstmatige aroma's in verwerkt. Hiermee is een product ontwikkeld voor zowel de voedingsbewuste consument als voor consumenten met een voedselallergie. Via onze webshop kan iedereen zelf kiezen welke kruiden hij of zij wil hebben, waarna we die in korte tijd bij hen thuis bezorgen. Doordat het pakket klein is, past het door de brievenbus waardoor je er als klant niet voor thuis hoeft te blijven.” Bestel Simply Spices voor jezelf of geef het cadeau via www.simplyspices.com. ■

Dutch Spices, Galvanistraat 20,
3861 NJ Nijkerk, 033 - 247 56 00
www.dutchspices.nl, info@dutchspices.nl



Regiotoer 2013

Raadsleden uit de FoodValley gemeenten en statenleden van Gelderland en Utrecht hebben op 6 september de jaarlijkse Regiotoer gehad. Deze toer biedt een interessant programma met bedrijfsbezoeken, forumdiscussies en gesprekken met ondernemers in de regio.

De gemeente Nijkerk was de gastlocatie. De Nijkerkse bedrijven Struik, Epos, Habasit, Bakkerij van Looijengoed, Huuskes en Bouw Logistics openen de deuren voor raads- en statenleden en geven een interessante kijk achter hun schermen.

De Regiotoer wordt georganiseerd samen met VNO-NCW en MKB. Zij staan garant voor een boeiende ontmoeting met ondernemers en ZZP-ers. ■

Heeft u ook een event waarop u wilt terugkijken op deze pagina's? Mail dan kosteloos uw hoge resolutiefoto naar de redactie: lars@vanmunstermedia.nl o.v.v. 'Vallei was erbij'





"Wat doet Barneveld beter?"

Vereniging Eigen Huis vroeg het zich een aantal maanden geleden hardop af. "Wat doet Barneveld beter?" De verrassende woningmarkt, de dynamiek van de Veluwe gemeente, de bedrijvigheid die hier heerst, ondanks crisis en ondanks krimp. Wethouder Gerard van den Hengel, in het college van B&W van Barneveld onder andere verantwoordelijk voor economische zaken, is duidelijk: "Barneveld is dé vestigingslocatie voor bedrijven in Midden-Nederland; Barneveld ligt centraal, is uitstekend bereikbaar en heeft tal van kwalitatieve voorzieningen. Barneveld is verrassend voor wie het niet kent en is vertrouwd voor wie zich hier korter of langer heeft gevestigd."

Harselaar

De gemeente Barneveld breidt het bestaande bedrijventerrein Harselaar op vier locaties uit:

1. Harselaar-West-West; een nieuw bedrijventerrein in de "oksel" van de A1 en A30; 15 hectare;
2. Columbiz Park; dé nieuwe kantorenlocatie van de Vallei; strategisch gelegen aan de A1 met een uitstekende openbaar vervoersverbinding voor de deur;
3. Harselaar-Zuid; een nieuw bedrijventerrein voor industriële en volumineuze bedrijven, gelegen tussen Harselaar en Barneveld; 30 hectare;
4. Harselaar-Driehoek; een nieuw bedrijventerrein tussen de snelweg A1 en de spoorlijn Amersfoort-Apeldoorn; 15 hectare.





Barneveld: verrassend en vertrouwd

Barneveld bouwt aan de toekomst; de komende jaren breidt de gemeente zowel qua inwoneraantal als qua hoeveel bedrijventerreinen uit. De gemeente Barneveld (53.000 inwoners, 17.596 hectare) is wereldwijd bekend vanwege de innovatieve pluimveesector. Maar ook transport, logistiek, dienstverlening en toerisme zijn belangrijke pijlers van de Barneveldse economie. Barneveld telt ruim 5000 bedrijven met 30.000 arbeidsplaatsen. Een bedrijvige gemeente.

De komende jaren breidt de gemeente Barneveld uit. Het aantal inwoners groeit van 53.000 nu naar zo'n 65.000 in 2030. Dat is verrassend in een tijd dat elders woningbouwprojecten worden geschrapt en gemeenten besluiten om bedrijventerreinen toch niet te ontwikkelen. De gemeente

Barneveld realiseert wél nieuwe locaties voor de vestiging van bedrijven; de komende jaren zo'n 75 hectare. Uitstekende (soms letterlijke A1-)locaties voor de vestiging van uw onderneming. Daarnaast ontwikkelt de gemeente nieuwe woningen (zo'n 250 per jaar) in Barneveld, Voorthuizen, Kootwijkerbroek en Zwartebroek.

Briellaerd-Noord

Het nieuwe bedrijventerrein Briellaerd-Noord is de uitbreidingslocatie van het bestaande bedrijventerrein De Briellaerd. Het kenmerkt zich door een hoogwaardige en kwalitatieve uitstraling. De uitbreiding is 5 hectare groot.

Kiesjekavel.nl

De gemeente Barneveld biedt particuliere kavels en bedrijfskavels aan op de nét gelanceerde website www.kiesjekavel.nl. ■

Meer informatie

Wilt u meer informatie over de vestigingsmogelijkheden in Barneveld? Neem dan contact op met Andries Duifhuis of Evert Morren van de gemeente Barneveld, tel. 14 0342 (netnummer niet nodig) of bouwkavels@barneveld.nl. Of kijk op www.kiesjekavel.nl.

TOPWERK, VOOR EFFECTIEF TRAINEN

TOPWERK is specialist in het verzorgen van trainingen voor Microsoft Office programma's. Yvonne de Vries: "We kiezen bewust voor die trainingen, omdat daarmee het meeste rendement gehaald kan worden. In veel bedrijven bestaat 80% van de werkzaamheden uit het werken met teksten, cijfers en het presenteren daarvan. En omdat Microsoft de standaard in kantoorautomatisering is, zijn het met name de Office programma's waarmee gewerkt wordt. Met onze trainingen kan men in korte tijd effectiever leren werken met die programma's. Als je de materie beheerst werkt het veel prettiger!"

Yvonne de Vries leidt TOPWERK samen met Ben Wiggelo. Beiden komen uit de trainingswereld en hebben elkaar gevonden in de eigenwijze wijze waarop zij trainingen inzetten. Ben Wiggelo: "Wij zien een Microsoft Office training net zoals een sporttraining. Zo zetten we het ook

in. Denk bijvoorbeeld aan hardlopen. Je bepaalt wat je doel is en wat je daarvoor wilt doen. Op basis daarvan maken wij een plan voor de organisatie hoe dat doel bereikt kan worden. Wij zijn gedurende het traject de coach die er voor zorgt dat het doel ook daadwerkelijk gehaald wordt. Wij trainen zelfs tot op de werkplek. Dat is ook waar TOPWERK voor staat: Trainen tot op de werkplek." ■

TOPWERK

Vendelier 61, 3905 PD Veenendaal
Postbus 811, 3900 AV Veenendaal
088-237 24 24, www.topwerktraining.nl
E info@topwerktraining.nl



Uw partner in relatiegeschenken en kerstpakketten



B+B Specials is al meer dan 12 jaar actief op de markt van relatiegeschenken en kerstpakketten en inmiddels een begrip in Veenendaal, Ede, Rhenen en wijde omgeving. Wij bieden u een keuze uit duizenden artikelen, uiteraard in combinatie met een vakkundige begeleiding.

De kracht waarmee **B+B Specials** zich onderscheid is o.a. de mogelijkheid om uw pakketten compleet zelf samen te stellen voor elk gewenst bedrag ongeacht of het om 2 of 5.000 pakketten gaat.

Laat u inspireren...

Op onze website vindt u een kleine selectie van ons diverse assortiment. Voor een compleet overzicht en een persoonlijk advies nodigen wij u graag uit in onze showroom te Veenendaal.

B+B Specials B.V.
Kernreactorstraat 13F
3903 LG Veenendaal

tel.: 0318-654450
fax: 0318-655515

info@b-bspecials.nl
www.b-bspecials.nl



Is uw informatie veilig?



econtrol Voorkom dat gevoelige informatie in verkeerde handen valt

esecure Eenvoudige en automatische beveiliging van e-mailberichten

eorganize Elk e-mailbericht automatisch in het juiste dossier

Per dag worden wereldwijd 144 miljard e-mails verstuurd door 2,2 miljard mensen. Het zijn niet alleen eenvoudige berichten die verstuurd worden!

Meer en meer versturen we ook informatie die niet voor ieders ogen bestemd is, bijvoorbeeld facturen, wachtwoorden en loonspecificaties. Niet geheel zonder risico, want wat veel mensen niet weten is dat e-mail één van de minst veilige communicatiemiddelen is. Tenminste, zolang je er niet voor kiest om alle vertrouwelijke e-mail te beveiligen.

Exedra biedt met Email Secure bedrijven de mogelijkheid om hun e-mailberichten te versleutelen en deze hiermee onleesbaar te maken voor onbevoegden.

Binnen de Email Secure productfamilie zijn meerdere oplossingen beschikbaar, zodat e-mailberichten veilig verzonden kunnen worden, ook als van de ontvanger geen certificaat beschikbaar is.

exedra *We care about your email!*

Exedra BV | Vendelier 65-69 | 3905 PD Veenendaal | T: +31(0)318 580 388 | care@exedra.nl | www.exedra.nl



Mensen bewegen!

Als leverancier van nieuw en effectiever gedrag slijpen wij bij en scherp en wij aan. Om ieders gedrag toekomstbestendig te maken! Wij leveren inzicht en vaardigheden, geven beeld van het effect van gedrag op anderen en handvatten voor alternatieven. We teasen en pleasen, dagen je uit en confronteren je en we zoeken naar het goede alternatief. Want blijven ontwikkelen is

nodig, omdat het motiveert en vitaliseert. Want één ding is zeker in deze onzekere tijden: effectief gedrag zorgt voor effectieve reacties en invloed! Quiris is graag de partner in persoonlijke ontwikkeling voor assessment, coaching en training van en voor medewerkers en teams. Met gedragsdeskundigen en trainer/coaches als fundament en al jaren actief in de regio!

Quiris Adviesgroep bv - Vendelier 71, 3905 PD Veenendaal
www.quiris.nl



Radonstraat 8
 6718 WS Ede

T 0318-572 476
 F 0318-573 358
 E constructie@tenham.nl
 W www.tenham.nl

STAALHANDEL , UIT VOORRAAD LEVERBAAR!

- Lateien gestraald / gemenied en thermisch verzinkt op lengte gezaagd .
- Balkstaal uit voorraad gestraald en gemenied op lengte gezaagd.
- HEA – HEB – IPE – UNP afmetingen 100 t/m 300mm.

VANDAAG BESTELD , MORGEN AFGEHAALD!

"Nothing escapes his eagle eye..."



**ACCOUNTANTS
 BELASTINGADVISEURS
 ARBEIDSZAKEN**

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



Schuiteman
 Accountants & Adviseurs

Coffee@Work

Treed binnen in de wereld van bewezen koffiekwaliteit

Coffee@Work wil voor de klant de eerste keus zijn. Met ons brede assortiment volautomatische espressomachines, onze gerichte service en hoogwaardige kwaliteitskoffie voor de beste prijs, dragen wij al sinds 1997 de zorg over de koffievoorziening bij vele bedrijven, overheden en andere organisaties.

Expert

Als expert leveren wij betrouwbare professionele koffieapparatuur op basis van eerlijk advies op maat. Daarnaast zorgen wij voor periodieke ingrediëntenlevering en hebben wij een eigen technische dienst die continu paraat staat. Deze service besteden wij niet uit en bieden wij onze klanten kosteloos aan. Als specialist ontwikkelen wij ons voortdurend. Ons team

van technici, verkoopadviseurs en route-vertegenwoordigers is Barista SCAE Level 1 gecertificeerd en volgt regelmatig trainingen, want wij geloven 'koffie is veel meer dan het drukken op een knop'.

Zorgeloze koffiefaciliteit

Wederzijds vertrouwen, kwaliteit en transparantie is de basis van de lange termijnrelaties met onze klanten. Onze klan-

ten herkent u aan een betrouwbare koffieautomaat, een zorgeloze koffiefaciliteit en overheerlijke koffie op de werkvloer. Daarnaast hebben zij toegang tot de persoonlijke online C@W klantenportaal waarin men onder andere een bestelling kan plaatsen en alle nodige informatie met betrekking tot de koffieautomaat en het bestelgedrag kan bekijken.

Rainforest Alliance

Maatschappelijk verantwoord ondernemen is voor ons meer dan een label. Meerdere koffiemelanges zijn Rainforest Alliance gecertificeerd. Daarnaast beschikken wij over een groot assortiment energiezuinige espressomachines. ■



www.coffeeatwork.nl

Coffee@Work®

GEWOON GENIETEN

VMS in een nieuw veel belovend jasje: Jet Verzendt

Op zoek naar de voordeligste en snelste manier om je pakket te verzenden? Stop met eindeloos Googlen en vergelijken, want sinds 1 september heeft Nederland Jet Verzendt. Het voormalige VMS Verzendoplossingen uit Veenendaal kiest met de nieuwe naam voor een uitstraling die beter past bij haar karakter; persoonlijk, flexibel en energiek. Een naam die je onthoudt en linkt met de beste logistieke service.

Jet houdt van overzicht

Het succesrecept is simpel: Jet kent de weg in verzendland. Ze houdt voortdurend de markt in de gaten en zoekt voor jou de meest interessante aanbieders, tarieven en voorwaarden. Of het nu gaat om pakketten, pallets, spoedzendingen, massa-industrie-producten, kwetsbare pakketten of speciale zendingen... voor iedere zending is er een passende oplossing. En dat wereldwijd. "Puur een kwestie van goed zoeken en slim voorsorteren", typeert directeur Jettie van Mourik deze werkwijze.

Jet maakt het simpel

Jet zorgt voor een eenvoudig proces: de gegevens voor een (webshop-)zending hoeven maar één keer ingevoerd te worden en labels kunnen geautomatiseerd worden uitgedraaid aan de hand van je eigen ordersysteem. Via de website kun je gratis klant worden. Na het inloggen kun je de gewenste logistieke dienst invoeren en te allen tijde een beroep doen op praktische ondersteuning. Bijvoorbeeld als je producten wilt laten opslaan of verpakken, of voor het aanschaffen van artikelen zoals printers, labels en verpakkingen; Jet staat klaar en helpt je direct. "En als ik zo vrij mag zijn: de echte besparing vindt plaats als je het logistieke proces van je bedrijf intern volledig automatiseert en afstemt op de vervolgschakel in de logistieke keten. Namelijk het koppelen van je ordersysteem aan de vervoerder."

Jet gaat met de tijd mee

Waar andere aanbieders de klant zelf laten uitzoeken wat de beste vervoerder is voor een bepaalde zending, neemt Jet Verzendt dit voor haar rekening. Dit voorkomt een hoop zoekwerk en keuzestress. In Jet vind je een goede logistieke partner die het belang van kostenbeheersing snapt. "In een wereld vol keuzes geloven wij dat het fijn is wanneer iemand je wat zorg uit handen neemt. De tijd dat PTT Post alleenheerser was op de Nederlandse markt ligt ver achter ons. Door de sterk toeneemende internetverkoop worden verzendingen steeds belangrij-



Sales & Serviceteam van Jet Verzendt.

ker. Daarnaast willen bedrijven en winkels geen voorraad meer. Waar vroeger de vrachtwagen een pallet producten voor kwam rijden, veroveren de pakketdiensten nu met dagelijkse aanvoer de markt."

Jet daagt je uit

Veel webshops hebben inmiddels kennisgemaakt met Jets verzendservice. "Per dag worden er duizenden pakketten geboekt en afgeleverd bij tevreden klanten. Ik zou zeggen: probeer het gewoon zelf eens", glimlacht Van Mourik. "Want als je al niet blij wordt van de frisse stijl en gebruiksvriendelijkheid, dan is er altijd nog de scherpe prijs. Een direct gevolg van ons zoekwerk. Daar profiteer je pas echt van." ■

Meer weten over Jet Verzendt?

Jettie van Mourik, 0318-513813, info@jetverzendt.nl, www.jet-verzendt.nl

jetverzendt.
onderdeel van VMT

De Stelling

Logistiek dienstverleners hebben door de zware prijsconcurrentie en uitgeknepen contracten met opdrachtgevers te weinig financiële ruimte om te innoveren.

DB Schenker Logistics Nederland

Innovatie is onontbeerlijk, in iedere conjunctuur. Ondernemers dienen creatief te zijn, kansen zien en benutten. Juist nu moet je scherp zijn en open staan voor out-of-the-box-oplossingen. DB Schenker Logistics staat voor duurzaam: marktgericht, kwaliteit- en efficiencygedreven. Wij denken mee met klanten om processen steeds te verbeteren en slimmer uit te voeren. Zoals onze multimodaalservice: klanten bepalen of focus ligt op snelheid, milieuvriendelijkheid of prijs. Voorop staat een win-winsituatie voor alle partijen. Constante kwaliteit, continuïteit en betrouwbaarheid bieden tegen gunstige tarieven is cruciaal om in te spelen en vooruit te lopen op toekomstige ontwikkelingen en eisen vanuit de markt. Hiervoor zijn zowel gezonde prijsconcurrentie als gezonde marges nodig, die door de huidige marktdynamiek van vraag en aanbod lager zijn, waardoor winstgevendheid en investeringsruimte afnemen. Als gezonde bedrijfstuk en onderneming kunnen wij nu en in de toekomst goede oplossingen aanbieden – zowel economisch als milieubewust.

Van Mourik Transport

Het is essentieel om te kunnen (blijven) ontwikkelen. Marges staan inderdaad onder druk en de concurrentie is soms hevig. Financiële middelen zijn beperkt.

Innoveren hoeft hierdoor echter niet achter te blijven. Door de huidige crisis kun je, in veel gevallen, scherper inkopen dan voorheen en dit biedt natuurlijk ook kansen. Hiernaast zijn er genoeg kleinschalige, innovatieve projecten die niet veel financiële middelen nodig hebben en die direct geld opleveren. In sommige gevallen word dit zelfs gesubsidieerd door de overheid.

Vanaf 1 juli 2013 tot en met het einde van dit jaar kunnen nieuwe bedrijfsinvesteringen direct voor de helft worden afgeschreven en van de belasting worden afgetrokken, wat extra investeringsruimte geeft. Mijn advies: zoek goed naar de mogelijkheden die wel binnen bereik liggen.

Van Heugten Transport

Ik ben het eens met de stelling, echter is de logistiek dienstverlener ook zelf verantwoordelijk voor zijn eigen tarieven. Een gezonde onderneming heeft zijn kostprijs deugdelijk in beeld en weet wanneer zijn marge onder druk komt te staan. Hij zou wat vaker nee moeten durven zeggen. Wij merken dat er nog te veel logistieke bedrijven op een onprofessionele wijze calculeren en zich laten drijven door de markt. Aan de andere kant zijn er ook verladers die prijs gedreven inkopen en de lange termijnrelatie onderschikt maken. Deze verladers zijn kortzichtig bezig en zullen vroeg of laat de deksel op de neus krijgen. Als de logistiek dienstverlener professioneler handelt en de verlader een duurzame lange termijn relatie nastreeft komt er ruimte voor innovatieve investeringen welke uiteindelijk de verlader een sterkere concurrentie positie bezorgt.

Van Appeldoorn Chemical Logistics

Wij zijn het niet eens met deze stelling. De stelling gaat uit van de ouderwetse gedachte, dat een vervoerder altijd de onderliggende partij is. Een moderne logistiek dienstverlener zorgt er voor dat hij een dienstenpakket aanbiedt waar een opdrachtgever zijn voordeel mee kan doen en dus bereid is een redelijke vergoeding voor te betalen. Hij zoekt dus naar een marktniche, een unique selling point of een innovatie waarmee hij zich onderscheidt van zijn concurrenten.

Een innovatie is alleen zinvol als die zichzelf terugverdient. Als dat zo is, is de investering in die innovatie daaraan ondergeschikt. Creativiteit is dus veel belangrijker. Van Appeldoorn probeert creatief mee te denken met haar opdrachtgevers en is daardoor innovatief. Er wordt altijd gestreefd naar een win-win situatie voor zowel de opdrachtgever als voor onszelf. Als die win-win situatie er is, zijn er in principe altijd mogelijkheden om dat te financieren.

VAN HEUGTEN TRANSPORT

Kwaliteit, betrouwbaar, duurzaam, sociaal en innovatief

Van Heugten Transport is een transportbedrijf, gevestigd in Scherpenzeel. Met een modern wagenpark van ruim 50 trucks en 100 trailers bedient Van Heugten Transport haar klanten met internationaal transport door West-Europa en met diverse logistieke diensten.



Met logistieke diensten als internationaal transport en warehousing is Van Heugten Transport een belangrijke, duurzame schakel in de logistieke keten! Door toepassing van innovatieve oplossingen wordt voortdurend gezamenlijk gezocht naar de meest duurzame en efficiënte logistieke oplossing.

Van Heugten Transport BV: uw logistiek dienstverlener voor warehousing en internationaal transport naar Frankrijk, Duitsland, Engeland, Denemarken en Oostenrijk



Stationsweg 395 ■ Postbus 90 - 3925 ZH Scherpenzeel ■ T +31 33 277 9941 ■ E info@v-heugten.nl ■ www.vanheugtentransport.nl

IEDERE DAG DE LEKKERSTE KOFFIE



Douwe
Egberts
**OFFICIAL
DEALER
GARANTIE**



DOUWE EGBERTS
PROFESSIONAL

Kies nu voor een koffiezetsysteem van Douwe Egberts via Gaasbeek's Automaten Service:

- Minimaal 20% inruilkorting op uw oude koffiezetsystemen!
- Maar liefst 1000 koppen koffie gratis!

**Gaasbeek's
Automaten Service B.V.**
Darwinstraat 31
6718 XR Ede
0318 565421
www.gaasbeek.nl



Kennismanagement, vooral een kwestie van willen delen!?

Elke kennisintensieve organisatie heeft een schat aan kennis in zich. Vaak zit deze kennis in hoofden van mensen, opgeslagen in documenten, procedures of hulpmiddelen die aanwezig zijn binnen de organisatie. De kennis is aanwezig, maar hoe vind je die terug? Bij wie moet je zijn voor specifieke onderwerpen?

Info Support ontwikkelde knowNow. Een interactief, zelf lerend kennisplatform dat antwoord geeft op deze vragen. KnowNow is een uniek systeem die het kennisaanbod afstemt op de behoefte van de gebruiker om zo een antwoord op maat te kunnen geven. KnowNow leert zelf de gebruiker kennen en stemt aanbevelingen af op de individuele gebruiker.

Van informatie naar kennis

Informatie zoeken we op internet via Google of een andere zoekmachine. Deze publieke informatie is breed en onduidelijk qua betrouwbaarheid en ontbeert de context hoe deze informatie te gebruiken is binnen de organisatie. Aan de andere kant van het spectrum heb je interne projectkennis, die nodig is voor het uitvoeren van projecten. Info Support knowNow vult de lacune hiertussen op. Kennis die alleen bedoeld is voor de organisatie, kan gedeeld worden met iedere gebruiker in de eigen organisatie.

Hoe werkt knowNow?

KnowNow is een social media achtige oplossing. Gebruikers kunnen content als artikelen, bestanden en url's eenvoudig posten en daarbij voorzien van categorieën. Elke gebruiker kan aangeven welke categorieën hij wil volgen en wordt dan automatisch op de hoogte gehouden van nieuwe content op die gebieden. Daarnaast kan vrij worden gezocht, direct in knowNow of via Google waarbij automatisch ook de resultaten binnen knowNow worden getoond.

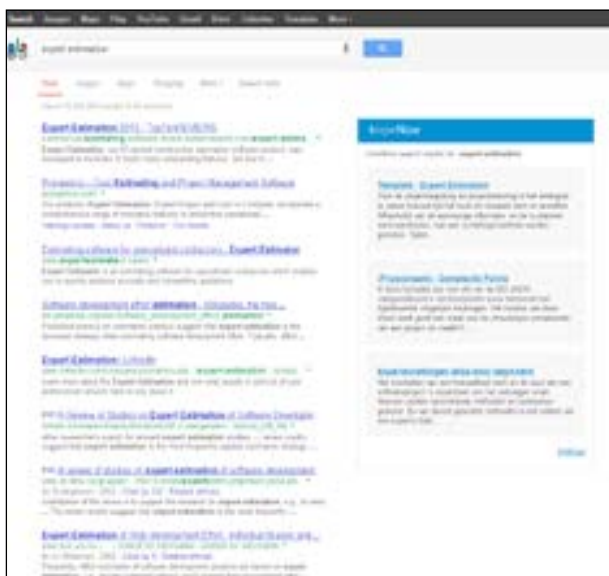
Waarom werkt knowNow?

KnowNow gaat uit van de kracht van de medewerkers in de organisatie. Gezamenlijk bezitten zij waardevolle kennis. Vanwege de crowdsourcing- en social mediatechnieken vinden gebruikers het aantrekkelijk om kennis te delen. Iedereen mag kennis toevoegen en aanpassen. Kennis kan worden beoordeeld aan de hand van een 5-sterrenstelsel. Als gebruiker heb je invloed op het geheel en telt je mening.

Van iedere gebruiker wordt geleerd waar hij/zij kennis van heeft. Als gezocht wordt binnen knowNow wordt niet alleen content gevonden, overal wordt ook aangegeven wie de experts zijn op het gezochte gebied. Vooral een voordeel binnen grotere organisaties, waar het moeilijk kan zijn om te weten wie je 'peers' zijn, collega's met gelijksoortige kennis, waar je mee kan sparren. Iedere gebruiker kan op ieder gewenst moment kijken wie zijn 'peers' zijn en daarmee in contact komen.

Voor uw organisatie

Het is mogelijk om knowNow een eigen look en feel te geven, zoals ABN AMRO dat al heeft gedaan. Eventueel aangevuld met uw eigen specifieke modules en functionaliteit. Suggesties om dit concept toe te passen op meer kennisdeling in de Vallei Regio zijn welkom. ■



De koffieautomaat als ontmoetingsplaats

'Eerst koffie'. Het is de slogan van Fortune; een opmerking regelmatig wordt gemaakt bij aanvang van een afspraak of vergadering.

Jan Veenbrink, directeur van Fortune hot drinks regio Wageningen, weet als geen ander hoe belangrijk koffie is binnen een bedrijf. "Vroeger had ieder dorp een waterput. Daar kwamen de inwoners samen en werden beslissingen genomen." Die waterputten zijn inmiddels vervangen door koffieautomaten. Binnen een bedrijf is de machine een centraal middelpunt. Veenbrink: "Daar worden informele zaken besproken die de mensen bezig houden. Ideeën komen tot leven."

Koffieproject

Koffie verbindt mensen en organisaties. Koffie helpt bij het bouwen aan relaties. Op de Nederlandse werkvloer, maar ook in het verre Afrikaanse Oeganda. "We sponsoren er een koffieproject waarbij tweehonderd, door aids getroffen gezinnen, elk driehonderd koffieplanten hebben ontvangen. Die gezinnen worden begeleid bij de grondbewerking, het planten en de scholing.



Twee oogsten per jaar zijn voldoende voor een basisinkomen." Onlangs is Jan Veenbrink zelf met een aantal Fortune collega's naar Oeganda geweest om de ontwikkelingen in de provincie Rakai met eigen ogen te zien.

Lekkere koffie en goede service

Fortune regio Wageningen levert al tien jaar koffieautomaten aan bedrijven, verenigingen en scholen. Veenbrink: "Er zijn wel meer leveranciers in Nederland, maar wat ons van anderen onderscheidt is de één-op-één-relatie met onze klanten. Eén vast aanspreekpunt voor verkoop, onderhoud en de levering van ingrediënten. Doordat elke medewerker werkzaam is in zijn eigen omgeving is hij nooit meer dan twintig kilometer van zijn klanten weg." Service aanvragen kunnen op die manier snel verwerkt worden en de klanten worden op een persoonlijke manier geholpen. Daarnaast plaatst Fortune desgewenst bij bedrijven een koffieautomaat op proef. Zodat men eerst kan proeven en uitproberen, voor de automaat wordt aanschaf. De klant kan ook een kijkje komen nemen in de showroom en verschillende automaten naast elkaar bekijken en uitproberen.

Promotiewagen

De Fortune franchiseformule heeft een promotiewagen ontwikkeld; klaar om de weg op te gaan. De wagen is gemaakt in de vorm van de Fortune koffie beker. Vanuit de wagen wordt koffie geschonken, bijvoorbeeld tijdens beurzen en bedrijfsevenementen.

Heeft u hem al gespot? Zo niet dan zult u deze promotiewagen zeker tegen gaan komen. Fortune gaat dit unieke promotiemiddel in zetten voor regionale beurzen en business to business evenementen. Bij de promotiewagen kunnen belangstellenden verschillende koffieautomaten uitproberen en natuurlijk kan er Fortune koffie worden geproefd in verschillende smaakvarianten.

Heeft u een zakelijk evenement? Neem dan contact op om de mogelijkheden van een demonstratie van de promotiewagen te bespreken. ■

Fortune hot drinks regio Wageningen BV
De Smalle Zijde 17, 3903 LM Veenendaal,
Tel. 0318 - 50 40 19, wageningen@fortune.nl,
www.fortune.nl



Klein Wittenoord

De Verbinding tussen mens en werk

Klein Wittenoord, een bijzondere vergaderlocatie, ligt in het groene hart van de Gelderse Vallei. Gelegen in een prachtig natuurgebied met een rijke geschiedenis en tegelijkertijd een rijke toekomst. Vallei Business toog naar Renswoude en schoof aan bij Marijke Holwerda en Wim van Velzen, eigenaren van Klein Wittenoord.



Een bijzondere plek, centraal in Nederland, die zich kenmerkt door rust en ruimte. En door haar kleinschaligheid, terug te vinden in de naam. Dat is Klein Wittenoord in het kort.

Holwerda trapt af: “Het woord klein geeft uitdrukking aan wat wij belangrijk vinden: persoonlijke aandacht en kwaliteit. Of het nu gaat om een vergadering of onder begeleiding van de chef-kok een menu bereiden in de kookstudio of dineren in beslotenheid.

Klein Wittenoord is een ontspannen locatie waar onze gasten zich terug kunnen trekken voor een vergadering, vertrouwelijke bespreking of een teamsessie.”

De Verbinding

Holwerda en Van Velzen zijn met z’n tweeën en hebben altijd hard gewerkt, ieder op hun eigen vakgebied. Holwerda:

“Op een bepaald moment ontstond de behoefte om meer samen te werken, onze talenten te willen verbinden tot een mooi en ondernemend concept passend bij wie we zijn: hartelijk, gastvrij en vooral Wim kan heel erg goed koken. Het was duidelijk, er was een project geboren waar we handen en voeten aan wilden geven.”

Van Velzen vertelt: “We vonden het belangrijk een naam te geven aan ons project -dat toen nog in het stadium verkeerde van vage contouren- dat het gevoel dat wij erbij hadden goed zou omschrijven. We waren het er snel over eens dat ‘De Verbinding’ de lading heel goed dekte: het verbinden van onze talenten en het idee een bijzondere locatie te creëren waar verbinding tussen mensen en werk gemakkelijk ontstaat”. Toen begon hun zoektocht naar een

geschikte plek. Ze hebben drie jaar door Nederland getoerd. Via Amsterdam en Bussum streken zij uiteindelijk neer in het buitengebied van Renswoude.

Een groot voordeel volgens Van Velzen. “Onze gasten kunnen in alle anonimiteit bij ons terecht. En in tegenstelling tot wat men misschien denkt, is het niet in de middle of nowhere. Utrecht is vlakbij, evenals het intercystation Veenendaal-De Klomp en de geografische verbinding is ook enorm centraal.”

Regionale verbinding

De bouw verliep, mede door een fijne samenwerking met de gemeente, voorspoedig. Holwerda: “In ons hoofd wisten we precies hoe we het wilden hebben. Het moest alleen nog gerealiseerd worden. Hiervoor gingen we op zoek naar betrouwbare en creatieve partners.”



Wim van Velzen en Marijke Holwerda



Kookworkshops

Samen met vrienden of collega's iets ondernemen in een ontspannen en gezellige sfeer. Dat kan in de professionele kookstudio, ook voor particulieren, waar onder begeleiding van Wim - de chef-kok - men zelf gerechten bereidt om daarna met elkaar van een culinair menu en passende wijnen te genieten, in de stijlvolle eetkamer.



Voor de aankleding en de sfeer van het interieur hebben Holwerda en Van Velzen interieurontwerper Bart Vos gevraagd met hen mee te denken. Zij geloven in de visie dat een werkomgeving functioneel en mooi moet zijn, maar men moet zich er vooral thuis voelen.” Van Velzen vervolgt: “Provence Keukens uit Veenendaal is belangrijk geweest bij de ontwikkeling van de sfeervolle en professionele keuken.” “We willen graag een onderdeel zijn van de omgeving, daarom hebben we ook verbinding, daar is-ie weer, gemaakt met lokale en regionale ondernemingen”, vertelt Holwerda.

Exclusiviteit

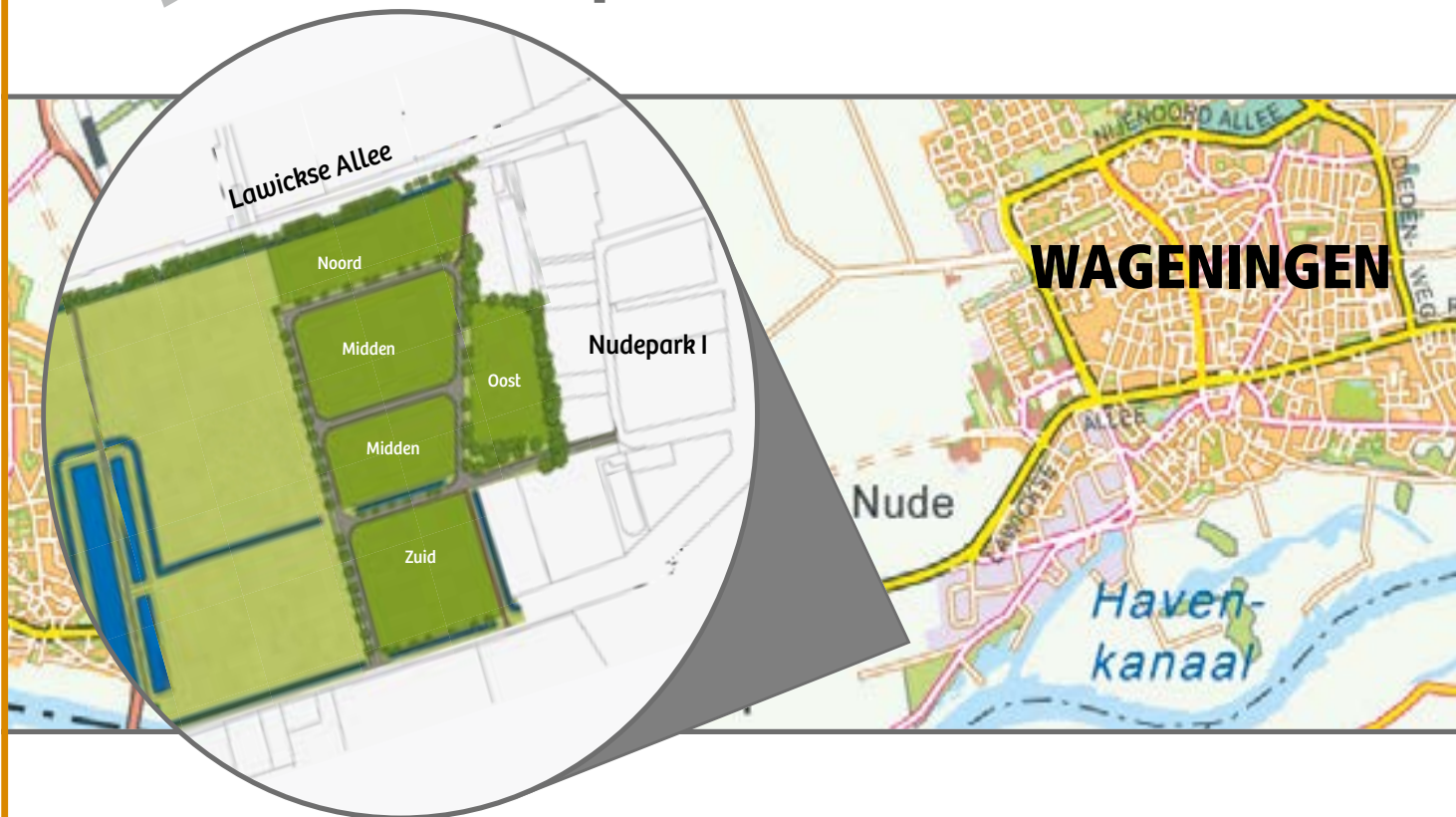
Gastheerschap is dus heel erg belangrijk, gasten moeten zich al welkom voelen op het moment dat ze de oprijlaan oprijden.

Holwerda: “Onze locatie is exclusief voor onze gasten, wat betekent dat onze gasten de enige gasten zijn die op dat moment gebruik maken van de locatie. Wim en ik zijn van mening dat deze exclusiviteit bijdraagt aan vruchtbare gesprekken en positieve resultaten. En een werksessie is op allerlei manieren even te onderbreken door een heerlijke cappuccino, een vers bereide lunch of een wandeling over Landgoed Wittenoord. Vergaderen bij Klein Wittenoord is geen standaard vergaderlocatie, het is een beleving.” ■



Klein Wittenoord

Wittenoordseweg 3, 3927 CE Renswoude
06 - 54 37 45 25, info@kleinwittenoord.nl
www.kleinwittenoord.nl



Ruimte voor ambitie

In de gemeente Wageningen wordt naast het huidige bedrijventerrein Nudepark I een nieuw plan gerealiseerd: Rijn Businesspark.

Bereikbaarheid

Gemeente Wageningen is centraal gelegen in Nederland en is door de nabijheid van de snelwegen A12, A50 en A15 uitstekend bereikbaar. Ook binnen de gemeente is de infrastructuur optimaal. Gemeente Wageningen heeft een speciaal project opgezet, dat zorgdraagt voor een goede ontsluiting en hoogwaardig openbaar vervoer. De hoofdontsluiting van Rijn Businesspark vindt plaats via Nudepark I.

Situatie

Het plan wordt verdeeld in vier deelgebieden: Noord, Zuid, Midden en Oost. Het groene raamwerk van het totale plan zorgt voor een vanzelfsprekende indeling. De deelgebieden krijgen ieder hun eigen uitstraling en zijn vanwege hun ligging binnen het plan specifiek geschikt voor bepaalde bedrijfstypes.

Parkmanagement

Een bundeling van krachten en activiteiten, (onder de verzamelnaam parkmanagement) heeft naast het kostenvoordeel veel pluspunten. Er ontstaat een gunstig vestigings- en ondernemersklimaat. Er is continuïteit in onderhoud en de veiligheid wordt vergroot.

www.rijnbusinesspark.nl

DTZ Zadelhoff Arnhem

Rozeboom makelaardij o.g. assurantiën



E maveen@dtz.nl
I www.dtz.nl
T +31 26 4 452 445



E info@rozeboom.nl
I www.rozeboom.nl
T +31 318 41 40 51

Wat je ook onderneemt, **je bouwt in Barneveld.**

→ Check meteen de beschikbare
bedrijfskavels op kiesjekavel.nl

Bent u toe aan een nieuw bedrijfspand? Hebt u meer ruimte nodig of bent u van plan een bedrijf te starten? Kies een kavel in de gemeente Barneveld en verzeker u van ruimte voor uw ambities.



- Keuze uit gevarieerde bedrijfskavels
- Ruimte voor bijna alle typen bedrijven
- Spoor- en snelwegen in alle richtingen
- Aantrekkelijk ondernemersklimaat

 [kies je kavel.nl](http://kiesjekavel.nl)

WETHOUDER G.J. (GERARD) VAN DEN HENGEL
ECONOMISCHE ZAKEN

Ga naar www.kiesjekavel.nl, selecteer geschikte kavels
en vraag meteen gedetailleerde informatie aan. Welkom in Barneveld!

De beste objecten vindt u bij DTZ Zadelhoff



Te huur Ede

Kantoorgebouw op zichtlocatie



Rubensstraat 145

Het betreft een vrijstaand kantoorgebouw gelegen op een prominente zichtlocatie aan de A12. Op loopafstand gelegen van diverse horeca- en winkelvevoorzieningen in winkelcentrum 'Stadspoort'.

- circa 1.509 m² kantoorruimte in units vanaf circa 120 m²
- 115 parkeerplaatsen op eigen terrein
- direct aan de op- en afritten van de A12

Huurprijs: EUR 115,- per m² p.j.

Te huur Ede

Representatieve kantoorruimte



Galvanistraat 7

Het betreft een vrijstaand kantoorgebouw op een fraai en ruim opgezet terrein. Het is gunstig gelegen ten opzichte van uitvalswegen (A12/A30) en het openbaar vervoer.

- circa 290 m² v.v.o. kantoorruimte op de 2e verdieping
- ruime parkeervoorziening op eigen terrein
- aanvaarding: per direct

Huurprijs:

Kantoorruimte: EUR 105,- per m² p.j.

Parkeerplaats: EUR 200,- per m² p.j.

Te huur Ede

Karakteristiek kantoorgebouw



Arnhemseweg 4

Het betreft een karakteristiek gebouw gelegen in het centrum van Ede. Het voormalig postkantoor aan de Arnhemseweg in Ede is gebouwd in 1906 en is door de gemeente Ede aangewezen als een beeldbepalend gebouw.

- circa 446 m² kantoorruimte met archief
- 3 parkeerplaatsen op eigen terrein
- goede bereikbaarheid met zowel eigen als openbaar vervoer
- aanvaarding: per direct

Huurprijs: EUR 29.775,- p.j.

Te huur Veenendaal

Functioneel en solitair bedrijfsgebouw



Storkstraat 23

Het gebouw is gelegen op bedrijventerrein 'De Compagnie'. De bedrijfshal heeft grotendeels een vrije hoogte van 10 m en is voorzien van twee loading docks met elektrische levellers en een separate overheaddeur.

- circa 1.842 m² v.v.o. bedrijfshal en circa 568 m² v.v.o. kantoorruimte
- 35 parkeerplaatsen op eigen terrein

Huurprijs:

Bedrijfsruimte: EUR 45,- per m² p.j.

Kantoorruimte: EUR 100,- per m² p.j.

Te huur Veenendaal

Kantoorruimte op zichtlocatie



Plesmanstraat 58-60

Een representatief kantoorgebouw met ruime parkeervoorziening op eigen terrein. Het gebouw ligt op een prominente zichtlocatie aan de rondweg in Veenendaal, bij de op- en afrit van de A12.

- circa 2.442 m² kantoorruimte in units vanaf 250 m²
- uitstekende bereikbaarheid per auto
- dichtbij NS-station 'Veenendaal - De Klomp'
- aanvaarding: per direct

Huurprijs: EUR 80,- per m² p.j.

Te huur Wageningen

Winkel-/kantoorruimte in het centrum



Plantsoen 21-23

Representatieve winkel-/kantoorruimte in het stadscentrum van Wageningen. De ruimte is voorzien van o.a. beveiliging, airco, databekabeling en patch-kast.

- circa 160 m² v.v.o. op de begane grond. De ruimte is eventueel te splitsen in 2 of 3 units
- goed bereikbaar
- parkeergelegenheid aan de overzijde van het pand
- aanvaarding: per direct

Huurprijs: EUR 130,- per m² p.j.