

NOORD-LIMBURG

www.noordlimburgbusiness.nl | Jaargang 16 | nummer 3 | juli/augustus 2024

BUSINESS

ONDERNEMERSPLATFORM VOOR DE REGIO NOORD-LIMBURG

COVERSTORY HOEVE ROSA, SEVENUM

**GROENE OASE VAN RUST EN INSPIRATIE VOOR JE
ZAKELIJKE MEETING**

FUSIES EN OVERNAMES IN HET MKB

ZAKENAUTOTESTDAG

Herzl Hütte Venlo

KERSTBORREL CAFÉ & RESTAURANT

MET OOSTENRIJKSE SPECIALITEITEN!

100%
FEEST

11 T/M 22
DECEMBER

2024

KARAOKE
& EIGEN
DJ

Meer informatie
www.hotelvenlo.nl





STOF TOT NADENKEN

‘Doe jij al iets met AI?’ Sinds de lancering van ChatGPT in 2022 is dit een veelgehoorde uitspraak van ondernemers. Aan het gebruik van generatieve AI-tools zitten zeker grote voordelen, maar voor de maatschappelijke kosten is nog niet veel aandacht. In deze editie vind je een uitgebreid interview met auteur en keynote-spreker Aaron Mirck. Volgens hem zou elke ondernemer een wat meer kritische houding ten opzichte van AI moeten innemen. Maak je al gebruik van AI, neem dan zeker even het lijstje met tips door!

Een ander onderwerp waar ondernemers deze zomerdagen wellicht over nadenken, is de verkoop van het bedrijf, of juist de aankoop ervan met als doel om bijvoorbeeld te groeien. Het aan- en verkopen van een onderneming gaat natuurlijk niet over een nacht ijs. Een goede voorbereiding en een goede begeleiding is essentieel, alleen al om de financiering rond te krijgen. Wij legden enkele fusie- en overnamespecialisten in de regio enkele vragen voor over deze ingrijpende processen. Alle antwoorden hebben we gebundeld en vind je in het artikel over fusies en overnames in het mkb.

Van Munster Media, de uitgeverij van Noord-Limburg Business, kan zich inmiddels ervaringsdeskundige op dit gebied noemen. Uitgever Michael van Munster breidde eerder al uit met de overname van de business-titels Rivierenland Business, Utrecht Business en Driesteden Business. In juli van dit jaar was de overname van RAN Media met de business-titels Nijmegen Business en Arnhem Business een feit. Benieuwd wat voor zakelijke mogelijkheden dit biedt? Je leest het in het interview met Ber Pas van RAN Media en Michael van Munster.

Veel leesplezier!

Met vriendelijke groet,

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



Zakenmagazine voor de regio Noord-Limburg

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

JAARGANG 16
juli/augustus, editie 3

REDACTIE-ADRES
Postbus 6684, 6503 GD Nijmegen
Kerkenbos 1075H, 6546 BB Nijmegen
Tel. (024) 373 8505
Fax (024) 373 0933
info@vanmunstermedia.nl

UITGEVER
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE
Sofie Fest

REDACTIEBIJDAGEN
Hans Eberson, Marco Bouman

VORMGEVING / OPMAAK
Ton van Zoest

FOTOGRAFIE COVER
Femke Ketelaar

DRUK
Balmedia

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

Ruud Janssen
t: 06-4682 5038

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

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

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

© 2024 Overname van artikelen is slechts mogelijk na verkregen schriftelijke toestemming van de uitgever

www.noordlimburgbusiness.nl
ISSN: 2543-3237

4

- 6 Coverstory Hoeve Rosa: Groene oase voor rust en inspiratie
- 10 LIOF: Hoe maak je van een verplichting een kans om te innoveren?
- 12 LWV: Ondersteuning voor bedrijven in de transitie naar een circulaire economie
- 14 Column Movebright: Rookvrije en fittere medewerkers op de werkvloer
- 15 Column Voor de Zaak: Vroegtijdige juridische interventie
- 16 Uitgeverij Noord-Limburg Business neemt RAN Media over
- 18 Fusies en overnames in het mkb: Begin op tijd en ben voorbereid
- 23 BS Morgen: De mens achter de ondernemer!
- 24 De Stijl Van: Robert Hoelen, Omzetters
- 26 De inzet van generatieve AI-tools in het bedrijfsleven
- 30 Geslaagde tweede editie Noord-Limburg Business Golf Challenge
- 32 Let op: Google gooit het roer om!
- 36 Column Rob Presenteert: Durf jij jouw podium te pakken?

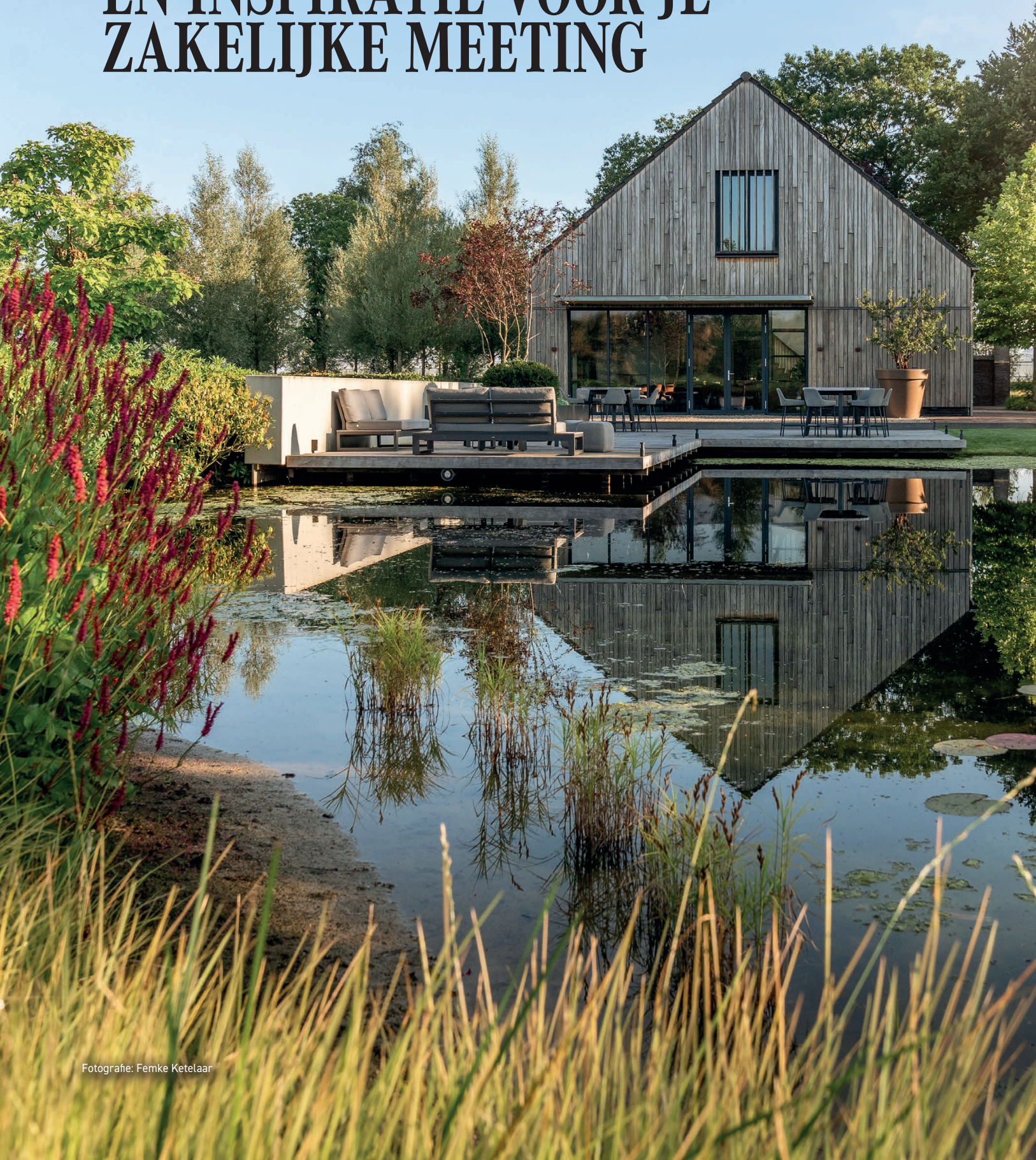
Zakenautotestdag

- 38 Algemene impressie
- 41 Testverslag smart #3
- 42 Testverslag Mercedes-Benz EQS
- 43 Testverslag Tesla Model 3
- 45 Testverslag Prius Plug-In Hybrid
- 46 Testverslag Toyota C-HR
- 47 Testverslag Škoda Enyaq
- 48 Testverslag Volkswagen ID.7
- 49 Testverslag Audi Q4 e-tron



HOEVE ROSA, SEVENUM

GROENE OASE VAN RUST EN INSPIRATIE VOOR JE ZAKELIJKE MEETING





Midden in het logistieke hart van Noord-Limburg ligt vergader- en trainingslocatie Hoeve Rosa. In deze groene oase kunnen bedrijven en organisaties in alle rust hun bijeenkomst organiseren en genieten van een hoge mate van gastvrijheid. “Een inspirerende en rustgevende omgeving en een uitstekende hospitality dragen bij aan een optimale werksfeer”, aldus eigenaresse Yvonne Kersten.

Waar tegenwoordig van maandag tot en met vrijdag zakelijke gasten over het prachtige terrein van Hoeve Rosa werken en wandelen, stonden vroeger tevreden koeien in de weilanden. “Hoeve Rosa werd in 1910 gebouwd als boerderij”, vertelt Yvonne Kersten, die samen met haar man deze locatie runt. “In 1980 namen de ouders van Fons de boerderij over en bouwden zij het om tot een melkveehouderij. In 2000 zette Fons de boerderij voort en investeerde hij in een nieuwe melkveestal met melk- en voerrobots. We liepen met deze automatisering voorop in de sector. Dat trok de aandacht van agrarisch gerelateerde gasten uit binnen- en buitenland die bij ons kwamen kijken. Ook werkten we samen met de praktijk-school uit de buurt die in ons leslokaal melkveehouderijlessen gaf en op stal de praktijklessen verzorgde.”



Fotografie: Femke Ketelaar

8



EERSTE VERGADERRUIMTE

Om de gasten beter te kunnen ontvangen, besloten Fons en Yvonne in 2012 de oude grupstal achter de woning om te bouwen tot de huidige Weidekamer. “Ik werkte naar volle tevredenheid bij de Rabobank, maar met deze stap besloot ik om alle focus te leggen op onze eerste vergaderruimte. In het begin ontvingen we vooral agrarisch gerelateerde bedrijven en natuurlijk de Rabobank, al snel maakten meer bedrijven en organisaties gebruik van deze ruimte. Het liep zo goed, dat we in 2015 het leslokaal ombouwden tot vergaderruimte De Beemd. Zakelijke gasten vonden het geweldig om te vergaderen bij de boer, waar je een lunchwandeling over het koeienpad kon maken met het gezelschap van de koeien in de weilanden.”

GROENE OASE

Uiteindelijk kwamen er meer vergaderruimtes bij. In 2018 verkochten Fons en Yvonne een deel van hun weilanden aan Greenport Venlo en op 7 september 2021 openden zij een gloednieuw pand met drie vergaderruimtes, dat volledig is afgestemd op de training- en vergadermarkt. Zowel bedrijven als zorg- en overheidsinstellingen komen er regelmatig vergaderen of houden er teamdagen met een externe trainer. “Het grote buitenterrein is volledig nieuw ingericht op de behoeften van onze gasten. Er is een wandelroute met diverse paadjes waar je kunt lunchwandelen. Ook zijn er diverse bankjes en buitenplekken waar je kunt werken. Het is een groene oase tussen het kassengebied Californië en de logistieke bedrijven van Greenport Venlo.”



EIGEN INRICHTING

Hoeve Rosa is geen standaard locatie, en dat geldt ook voor de vijf ruimtes. “Alle ruimtes zijn huiselijk en met hoogwaardige materialen en meubilair ingericht. Elke ruimte heeft bovendien een eigen inrichting, zodat gasten die vaker komen kunnen afwisselen. Nog belangrijker is dat je kunt kijken welke ruimte het beste past bij het doel van de bijeenkomst. Zo heeft de Weidekamer een vide waar je diverse opstellingen kunt realiseren tot veertig personen, terwijl De Beemd juist meer als huiskamer met veel groentinten is ingericht. Ook de ruimtes in het nieuwe pand hebben elk een eigen indeling en sfeer. De Hofschuur is ideaal voor grotere groepen vanaf 25 personen en heeft uitzicht op de landschapstuin. De Voorkamer heeft een wat meer zakelijke uitstraling, terwijl je in De Hilde lekker kunt plaatsnemen op banken en zitzakken voor een wat meer informele setting. Tijdens de lunch maken veel gasten gebruik van de wandelpaden en de buitenzitjes om even het hoofd leeg te maken.”

ACTIVITEITEN

Wie het maximale uit diens verblijf bij Hoeve Rosa wil halen, kan de bijeenkomst uitbreiden met een borrel of diner. Hiervoor werkt Hoeve Rosa samen met een externe cateraar. “We bieden diverse arrangementen, maar kunnen uiteraard inspelen op specifieke wensen met bijvoorbeeld een walking diner of een barbecue. Ook is er in de weilanden veel ruimte voor diverse workshops en teambuildingactiviteiten zoals schapen drijven of katapulten bouwen.” Voor meerdaagse bijeenkomsten werkt Hoeve Rosa samen met een aantal lokale Bed & Breakfasts.

VERWACHTINGEN OVERTREFFEN

Naast de rustgevende en inspirerende omgeving krijgt Yvonne veel complimenten over de gastvrijheid van de locatie. “Ons doel is om de verwachtingen van de gasten te overtreffen, groot of klein. Dat begint al voorafgaand aan de bijeenkomst. Ik spreek met elke opdrachtgever van tevoren het doel en het programma door en zorg dat de ruimte de juiste opstelling heeft. Op de dag zelf verwelkomt een professionele gastvrouw de gasten, maken hen wegwijs, zorgen dat alles voor de lunch en de pauzes op tijd klaarstaat en dat de ruimtes op tijd weer netjes zijn voor het volgende deel van het programma. Ook vinden we het belangrijk om in te spelen op extra wensen van de gasten. Onze gastvrouwen Gina, Laila en Gwen zijn onze grootste usp's. Met zijn vieren vormen we een goed team dat veel aandacht heeft voor de gasten. Onze missie is succesvolle en kwalitatieve bijeenkomsten faciliteren voor onze zakelijke gasten, want dat draagt bij aan een optimale werksfeer. Dat bereik je alleen met een inspirerende en rustgevende omgeving en een uitstekende gastvrijheid.”

www.hoeverosa.nl



Fotografie: Femke Ketelaar



HOE MAAK JE VAN EEN VERPLICHTING EEN KANS OM TE INNOVEREN?

Je hebt de term vast al eens voorbij horen komen: de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Maar wat is het nu eigenlijk? Wat moet je volgens deze Europese wetgeving inzichtelijk maken en welke informatie gaan je (grote) klanten volgend jaar al aan je vragen? Rubia Korstanje, projectmanager impact investering bij LIOF praat je bij.

WIE DOET WAT OP HET VLAK VAN CSRD?

De volgende partijen kunnen je helpen bij de CSRD-rapportageplicht:

- Rabo Future Fit team biedt een risicoanalyse scan aan.
- Volantis biedt een duidelijk stappenplan om te komen tot een European Sustainability Reporting Standards (ESRS) standaard.
- MadeCircularBy stelt samen met jou een roadmap op.
- Circular Design Group helpt je met een maturity scan.
- Cirmar helpt je met een materialenpaspoort.
- Newtone helpt met een controleerbare duurzaamheidsrapportage.

DUURZAAMHEID IS NIET LANGER VRIJBLIJVEND

Rubia vertelt: "Toekomstbestendig ondernemen is urgent. Niet alleen om de wereld leefbaar te houden maar ook om daarin relevant te blijven als onderneming. Met de komst van de Europese verplichting voor duurzaamheidsrapportage (de CSRD) is duurzaamheid niet langer vrijblijvend. De Corporate Sustainability Reporting Directive is het antwoord van de EU op de groeiende vraag naar meer transparantie en betere kwaliteit van duurzaamheidsinformatie van bedrijven."

CSRD-AANDACHTSGEBIEDEN IN HET KORT

In de CSRD komen drie gebieden aan bod: Environment (milieu), Social (sociaal), en Governance (bestuur), ook wel ESG genoemd. Wat je precies over deze gebieden moet rapporteren is uitgewerkt in de European Sustainability Reporting Standards (ESRS) zodat elk bedrijf dat op eenzelfde manier doet. Maar bedrijven realiseren zich ook steeds meer dat ESG van invloed is op de continuïteit en concurrentiekracht. Het biedt dus ook kansen!

HOE ZET JIJ DE EERSTE STAP IN DE VERDUURZAMING VAN JOUW MKB-BEDRIJF?

Het verduurzamen van jouw organisatie kan lastig zijn, vooral omdat er steeds meer zaken zijn waar je rekening mee moet houden. Er is maar een beperkte hoeveelheid tijd en geld, dus je kunt niet alles doen. Daarom is het belangrijk om te weten welke onderwerpen het belangrijkste zijn voor jouw organisatie. Dit helpt om je middelen goed te gebruiken en zorgt voor een duidelijke aanpak. Het bepalen van welke onderwerpen het belangrijkste zijn, heet een materialiteitsanalyse.

ALS JE NU DENKT, "DIE CSRD IS TOCH HELEMAAL NIET RELEVANT VOOR MKB-BEDRIJVEN?"

Rubia legt uit: "Ook kleinere, niet-beursgenoteerde bedrijven krijgen te maken met de CSRD. Zij zijn dan misschien niet CSRD-plichtig, toch horen we terug dat ze vanuit hun CSRD-plichtige klanten al verschillende vragen over duurzaamheid krijgen. Bedrijven kunnen hier dus al op voorsorteren, dit door op een laagdrempelige manier te beginnen met duurzaamheidsverslaglegging. Dit is trouwens niet alleen relevant vanuit de CSRD maar ook vanuit de gedachten van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Bovendien verwacht ik dat in de toekomst, een duurzaamheidsverslag en actieplan steeds belangrijker wordt voor het in aanmerking komen van financiering."

In samenwerking met Rabobank en LIOF heeft Volantis daarom een whitepaper ontwikkeld met een stappenplan voor niet-CSRD-plichtige organisaties. Hiermee kun je werken aan je eerste duurzaamheidsverslag.

WAAR KAN LIOF JOU BIJ HELPEN?

Wil je jouw kansen verkennen om je concurrentiekracht te vergroten, nieuwe waarde te creëren en nieuwe vormen van waardeketens te verkennen? LIOF helpt je vooruit. Bijvoorbeeld met CIRCO-tracks.

Tijdens de CIRCO-track brengen we jou en andere Limburgse ondernemers bij elkaar en laten we je onder leiding van twee ervaren CIRCO-trainers, vanuit jouw eigen uitdaging en motivatie, kennis opdoen van circulair ondernemen en circulair ontwerpen. Je gaat tijdens deze track op zoek naar ecologische en economische kansen voor jouw organisatie. Aan het einde van de track loop je met een nieuwe (innovatieve) duurzame propositie inclusief plan van aanpak de deur uit. De volgende track start op 24 september. Je ontdekt dan in drie dagdelen waar jouw kansen liggen om meer circulair te gaan ondernemen. Lees er meer over op liof.nl/circotracks2024.

TEN SLOTTE...

Een slotwoord van Rubia: "Zoals je ziet, is er veel te doen rondom duurzaamheid en duurzaamheidsinformatie. Het is geen makkelijke kost en het vraagt tijd om je erin te verdiepen. Maak daarom gebruik van de hulpbronnen die er zijn, laat je informeren en op weg helpen. Er wordt niet voor niks gezegd 'ondernemen is vooruitzien'. En dat is bij dit onderwerp zeker aan de orde. Check onze speciale webpagina op liof.nl/algemeen/csrd of neem contact op met Nicole Kleuskens van LIOF. Zij is ook nauw betrokken bij de activiteiten rondom CSRD."

LIOF is de regionale ontwikkelingsmaatschappij (ROM) voor Limburg en ondersteunt innovatieve ondernemers met advies, netwerk en financiering. Een ROM zorgt van oudsher voor de versterking van de economische structuur en duurzame groei van een regio. Tegenwoordig zetten de negen ROM's ook actief in op het aanpakken van maatschappelijke uitdagingen. LIOF focust op de transitie energie, circulariteit, gezondheid en digitalisering en werkt onafhankelijk en zonder commercieel belang. De dienstverlening is 'free of charge'. Kortom, waarom zou je jouw vraag niet aan hen voorleggen?

ONDERSTEUNING VOOR BEDRIJVEN IN DE TRANSITIE NAAR EEN CIRCULAIRE ECONOMIE

De wereld verandert snel en de noodzaak om duurzamer te ondernemen wordt steeds urgenter. Dit besef ligt aan de basis van het nieuwe initiatief Circulair in Business, een programma dat ondernemers ondersteunt bij de transitie naar een circulaire economie.

“We zien dat stijgende grondstofprijzen en schaarste de winstgevendheid van bedrijven onder druk zetten. Ons doel is om ondernemers de tools en ondersteuning te bieden die nodig zijn om circulaire bedrijfsmodellen te implementeren en zo toekomstbestendig te worden,” vertelt Sonja Demandt van de Limburgse Werkgevers Vereniging (LWV), een van de drijvende krachten achter dit baanbrekende project.

**“CIRCULAIR ONDERNEMEN
IS ECHT IETS WAT JE SAMEN
MOET DOEN. DAT KRIJG JE
GEWOONWEG NIET ALLEEN
VOOR ELKAAR.”**

SAMENWERKING TUSSEN KEY PARTNERS

Circulair in Business is een samenwerking tussen Alpha-Pro, MadeCircularBy, Newton, Adelmeijer en Hoyng én de LWV. Ook de Rabobank is aangehaakt voor de financiering van circulaire initiatieven. “Samenwerking is cruciaal,” zegt Sonja. “Circulariteit kan alleen succesvol zijn als je het samen doet. Elke partner kan vanuit zijn eigen expertise iets bijdragen. En daar zoeken we elkaar veelvuldig in op. Zo kunnen we alle onderdelen uiteindelijk allemaal bundelen.”

ROADMAP MET VIER ESSENTIËLE STAPPEN

De aftrap vindt plaats in de vorm van een algemene kick-off bijeenkomst: wat kun je verwachten; welke urgentie speelt? Eerst is het vergroten van de kennis over circulariteit belangrijk. Het programma is opgebouwd rond een roadmap die vier essentiële stappen omvat: uitdenken, uitwerken, netwerkvorming en uitvoeren. “In de eerste fase identificeren we kansen en ontwerpen we strategieën voor circulariteit,” legt Sonja uit. “Vervolgens werken we deze ideeën uit tot concrete plannen, bijvoorbeeld door productieprocessen aan te passen of duurzame grondstoffen toe te voegen. In de derde fase richten we ons op netwerkvorming, waarbij we de juiste partners en leveranciers verbinden om samen te werken aan duurzame oplossingen. Tot slot implementeren we deze circulaire plannen en monitoren we de voortgang.”

TIEN KETENSAMENWERKINGEN

Een belangrijk onderdeel van het initiatief is de totstandbrenging van tien ketensamenwerkingen in Limburg. Deze partijen worden zorgvuldig geselecteerd op basis van hun potentieel om significante vooruitgang te boeken in circulariteit. Sonja vertelt: “We kijken naar bedrijven die bereid zijn te veranderen en naar de diversiteit en impact van de sectoren waarin zij opereren. Het doel is om inspirerende voorbeelden te creëren en anderen te laten zien wat er allemaal mogelijk is.”

CSRD-VERPLICHTING

Met de komst van de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) worden bedrijven verplicht om transparanter te zijn over hun duurzaamheidsprestaties. Dit maakt het des te belangrijker dat ook toeleveranciers – vaak kleinere bedrijven – betrokken worden bij de transitie. “Circulair in Business helpt deze bedrijven bij het voldoen aan de nieuwe regelgeving door hen onder andere te ondersteunen bij het ontwikkelen van circulaire businessmodellen,” aldus Sonja.

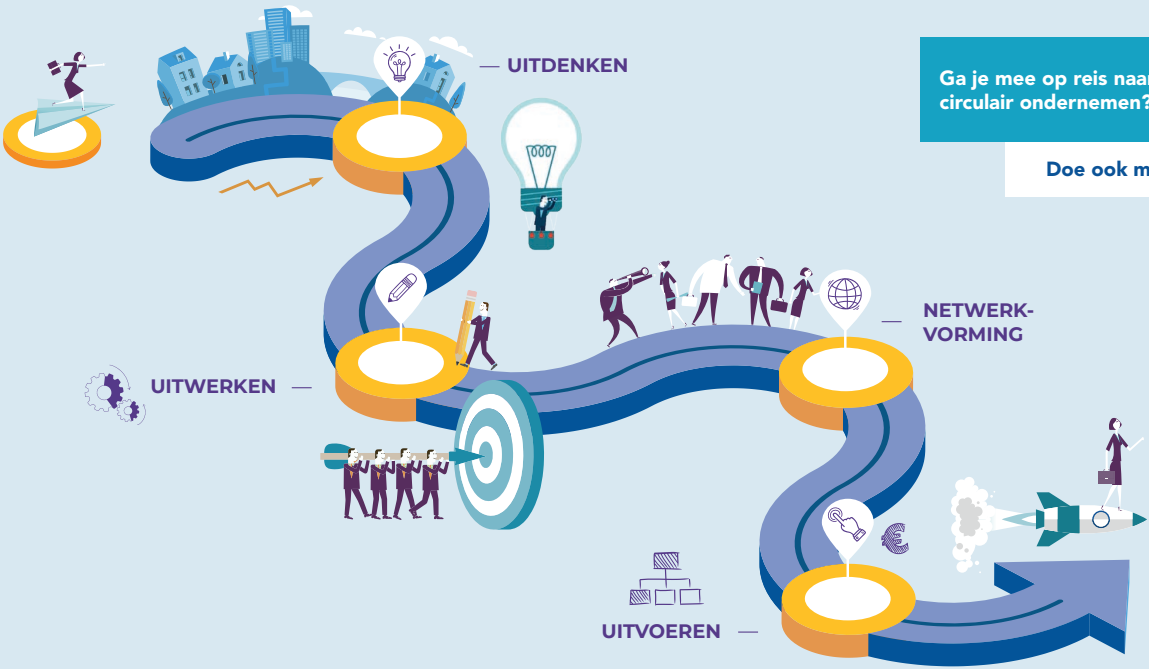
CIRCULAIRE DOELEN

De nationale duurzaamheidsdoelstellingen reiken ver: in 2030 de helft minder grondstoffen gebruiken en in 2050 een volledige circulaire economie. “Het is echt een enorme opgave,” zegt Sonja. “Maar we zijn ervan overtuigd dat duurzaamheid en winstgevendheid hand in hand kunnen gaan. Door ondernemers te voorzien van de juiste kennis, netwerken en financiële middelen, hopen we ze steeds een stapje dichterbij te brengen.”

EEN OPROEP AAN ONDERNEMERS

Sonja moedigt ondernemers aan om deel te nemen aan het programma: “De transitie naar een circulaire economie is noodzakelijk voor de toekomst van jouw bedrijf. Ik kan het niet vaak genoeg herhalen. Bij Circulair in Business kun je samenwerken met experts en gebruikmaken van een gedetailleerde roadmap. Samen kunnen we de uitdagingen van vandaag omzetten in de kansen van morgen!”

Ga je mee op reis naar circulair ondernemen? Doe ook mee! Voor meer informatie over Circulair in Business, bezoek de website van LWV op www.lwv.nl of neem contact op via lwv@lwv.nl.



Ga je mee op reis naar
circulair ondernemen?

Doe ook mee!

13



UITDENKEN

- Intake
- Noodzaak
- Urgentie
- Waarden analyse



UITWERKEN

- Introductie programma
- Strategische sessie
- Selectie (projecten)
- Voorbereiding projecten
- Circulaire leerlijn
- Business case



NETWERKVORMING

- Creëren van draagvlak
- Samenwerking
- Kennis ontwikkeling
- Circulaire tafels
- Wet- en regelgeving



UITVOEREN

- Maatwerkbegeleiding
- Start project
- Ketensamenwerking
- Financiering

ROOKVRIJE EN FITTERE MEDEWERKERS OP DE WERKVLOER!

De laatste jaren is er veel te doen geweest omtrent roken op het werk. Sinds 2020 is er een rookverbod en sinds 2022 zelfs een verbod op rookruimtes binnen een bedrijf. Ondanks deze maatregelen zijn er nog steeds medewerkers binnen bedrijven die blijven roken.

Waarom? Roken is en blijft een verslaving en alleen het minder makkelijk maken om te kunnen roken, zal een roker niet ervan weerhouden om koste wat kost te roken. Maar wat betekent dat nu voor een bedrijf? Een roker is gemiddeld twintig dagen per jaar kwijt aan rookpauzes, een rokende werknemer kost een bedrijf gemiddeld 3000 euro per jaar extra en één op de vier zware rokers haalt de pensioenleeftijd niet.



Deze cijfers pleiten voor het opnemen van een rookbeleid in een gezondheids- of vitaliteitsbeleid en het bieden van een stopmogelijkheid voor medewerkers. Rookvrij en Fitter is een stoppen met rokenprogramma waarbij naast het stoppen met roken ook aandacht besteed wordt aan andere leefstijlaspecten zoals voeding en bewegen. Deelname aan dit programma en het stoppen met roken door de deelnemer leidt tot kostenreductie en een gezondere en fittere medewerker.

Uit cijfers blijkt daarnaast dat stoppen met roken met daarbij gedragsmatige ondersteuning de kans op slagen van de stoppoging bijna acht keer vergroot (35-40%) ten opzichte van een eigen stoppoging zonder hulpmiddelen (5%).

De kosten voor het implementeren van het programma Rookvrij en Fitter binnen het bedrijf kunnen laag gehouden worden. Het programma wordt vanuit de basisverzekering zorg vergoed (mits de medewerker nog geen stoppoging onder begeleiding gedaan heeft in 2024). Het programma kan zowel in groepsverband als individueel gegeven worden.

Maken wij samen jouw bedrijf/onderneming Rookvrij en Fitter in 2024? Mail of bel voor meer informatie: joyce@movebright.nl of 06-39144573.

Gezonde groet,

Joyce van Biljouw, eigenaar Move(b)right

www.movebright.nl

WIST JIJ DAT JE MET JOUW PROFESSIONELE VAARDIGHEDEN MAATSCHAPPELIJKE IMPACT KAN MAKEN BIJ VLUCHTELINGENWERK NEDERLAND?



Als vrijwilliger kun je al met 4 uur per week het verschil maken!

Wil je weten hoe? Scan de QR-code



GREENPORT CENTER

meetings • werkplekken • trainingen



Centrale locatie voor kleinschalige meetings (1-12 pers.) of trainingen (tot 40 personen), brainstorm-sessie of bijeenkomst. **Gratis parkeren!**

Ook voor een **werkplek** kan je bij ons terecht in de lounge! Bekijk de gunstige tarieven op onze website, al vanaf € 19,50 per persoon



greenportcenter.nl

VROEGTIJDIGE JURIDISCHE INTERVENTIE: WAAROM JE JUIST WÉL MOET HOPEN DAT JE MET ONS TE MAKEN KRIJGT

Onlangs was ik op een verjaardag met veel mensen die ik nog nooit had ontmoet. In de eerste paar minuten van elk gesprek kwamen de gebruikelijke smalltalk-vragen voorbij. Een van de klassiekers is natuurlijk: "En, wat doe je voor werk?" Als ik dan vertel dat ik advocaat ben, krijg ik vaak te horen: "Ik hoop dat ik je hulp nooit nodig heb".

Elke keer als ik dit hoor, bloedt mijn juridisch hart een beetje. Vaak wordt gedacht dat een advocaat pas nodig is als het conflict al in volle gang is en er geen andere uitweg meer lijkt te zijn; de inschakeling van een advocaat wordt gezien als het laatste redmiddel. Dat is jammer, want mijn werk kent ook een preventief karakter en kan bijdragen aan het voorkomen van (de escalatie van) geschillen, zodat de weg naar de rechtbank vermeden kan worden.

HET VOORKOMEN VAN GESCHILLEN

Veel geschillen ontstaan door onduidelijke afspraken of slecht opgestelde contracten. Als afspraken ruimte laten voor interpretatie, kunnen er verschillende verwachtingen tussen partijen ontstaan. Deze verschillende verwachtingen kunnen tot discussies leiden en kunnen uitmonden in een geschil, vooral als een samenwerking stroef begint te lopen.

Als advocaat kan ik helpen met voorkomen dat dit gebeurt, door ervoor te zorgen dat alle afspraken duidelijk en juridisch waterdicht zijn. Hoe duidelijker de afspraken op papier staan, hoe minder ruimte voor discussie. Daarbij dragen duidelijke afspraken eraan bij dat, indien een geschil toch ontstaat, dit sneller opgelost kan worden.

VROEGTIJDIGE INZET BIJ GESCHILLEN

Mocht er toch een conflict zijn ontstaan, is het ook dan van belang om zo snel mogelijk juridisch advies in te winnen.

Veel ondernemers proberen in eerste instantie zelf oplossingen te vinden voor geschillen, terwijl dit vaak het tegenovergestelde effect heeft. Er bestaat een groot risico dat er verkeerde dingen worden gezegd, die bijvoorbeeld nadelig zijn voor je juridische positie. De situatie wordt daarmee steeds ingewikkelder, waardoor een oplossing uiteindelijk verder weg lijkt dan ooit.

Door tijdig mijn hulp in te schakelen, kan ik (indien gewenst op de achtergrond) het geschil zodanig aansturen, dat de meest sterke positie behouden blijft en het beste resultaat behaald wordt.

BEMIDDELING BIJ GESCHILLEN

Als het geschil echter al geëscaleerd is en partijen er onderling echt niet uitkomen, kan ik bovendien als neutrale derde partij optreden bij onderhandelingen om partijen weer dichterbij elkaar te brengen. Dit is vooral nuttig in situaties waar de emoties hoog oplopen en communicatie moeilijk is. Als advocaat kan ik objectief blijven en focussen op het bereiken van een oplossing.

Zelfs als het geschil uiteindelijk moet worden voorgelegd aan de rechter, is het van belang om mij al vroeg in het proces te betrekken. Als advocaat weet ik welke stappen nodig zijn om met succes naar de rechtbank te gaan. Hierdoor kunnen deze stappen in het voortraject goed worden uitgevoerd, zodat de procedure efficiënt kan worden opgestart.



TOT SLOT

Het inschakelen van een advocaat is dus niet slechts een laatste redmiddel, maar een belangrijke stap in het voorkomen en effectief beheren van geschillen. Dit bespaart niet alleen tijd en geld, maar helpt ook om de zakelijke relaties te behouden die anders door een escalerend conflict beschadigd zouden kunnen worden.

Dus, de volgende keer als ik op een verjaardag met onbekenden de klassieke smalltalk-vraag krijg, en antwoord dat ik advocaat ben, hoop ik te horen: "Jou had ik nét nodig".

Rachelle van der Brug
Advocaat ondernemingsrecht
Voor de Zaak Advocaten

www.voordezaak.nl

UITGEVERIJ NOORD-LIMBURG BUSINESS NEEMT RAN MEDIA OVER

“WE BIEDEN EEN NOG GROTER ZAKELIJK BEREIK”

Per 15 juli van dit jaar is RAN Media in handen van de Nijmeegse uitgeverij Van Munster Media, dat onder andere Noord-Limburg Business uitgeeft. Directeur Ber Pas en uitgever Michael van Munster zien mooie kansen voor beide bedrijven. “Nijmegen Business en Arnhem Business gaan onder dezelfde naam en met dezelfde mensen door, maar profiteren van een groter zakelijk bereik.”

RAN Media is sinds 2016 de uitgever van de businessstitels Nijmegen Business en Arnhem Business, ondergebracht binnen RAN Business. Hoewel het de bladen voor de wind gaat, was zelfstandig groeien voor het bedrijf lastig. Eigenaar Wim Weeren en directeur Ber Pas zochten een manier om dit te realiseren. “Een

overname bleek de beste oplossing te zijn. De perfecte overnamepartner vonden we in de Nijmeegse ondernemer Michael van Munster. Zijn bedrijf Van Munster Media, de uitgeverij van onder andere Noord-Limburg Business, ligt zelfs op steenworp afstand op bedrijventerrein Kerkenbos.”



CROSSMEDIAAL

Net als RAN Media heeft Van Munster Media ruime ervaring met het uitgeven van business-titels. Ber: "Bij deze uitgeverij worden zes soortgelijke titels uitgegeven die geografisch gezien om Arnhem en Nijmegen heen liggen. Michael van Munster denkt niet zozeer in magazines, maar in crossmediale merken waarbij print, online en live events elkaar versterken. Die stap zie ik ook weggelegd voor Nijmegen Business en Arnhem Business. Daarnaast ontstaan er met de overname de nodige synergievoordelen zoals een gedeelde back-office. Ook heeft Van Munster Media een eigen afdeling vormgeving, zodat we dat vanaf nu zelf in huis hebben."

GROTER ZAKELIJK BEREIK

Voor RAN Business zal er de komende tijd niet veel veranderen, benadrukt Ber. "Het complete team van RAN Media blijft actief voor Nijmegen en Arnhem Business. Ook de aanspreekpunten voor de klanten van beide magazines blijven hetzelfde. Nijmegen Business en Arnhem Business zullen zeven keer per jaar blijven verschijnen, net als de wekelijkse nieuwsbrief. Ook de netwerkbijeenkomsten onder de noemer Business Meets, de RAN Business Golfcompetitie en de RAN Business Rally blijven we organiseren." Ber zal binnen Van Munster Media de functie van commercieel directeur voor de business-titels gaan vervullen, inclusief voor de zes business-titels die door Van Munster Media worden uitgegeven. "Het grote voordeel is dat we als onderdeel van Van Munster Media voor de ondernemers in de regio Nijmegen en Arnhem een nog groter netwerk en daarmee een nog groter zakelijk bereik bieden."

ACHT REGIO'S

Michael van Munster is als Nijmeegse ondernemer erg trots dat hij de titels Nijmegen Business en Arnhem Business aan zijn portfolio van businessmerken kan toevoegen. "We waren al in het bezit van de zes businessmerken in de regio's Utrecht, Rivierenland, Gelderse Vallei, Driesteden, Oost-Gelderland en Noord-Limburg. Met de toevoeging van Arnhem en Nijmegen beslaan we een gebied van maar liefst acht aangesloten regio's in Midden-Nederland en Zuidoost-Nederland. Dat biedt kansen voor bijvoorbeeld bedrijven met meerdere vestigingen en ondernemers die hun klandizie willen uitbreiden. Bovendien brengt Ber een zeer ervaren team met zich mee."

MARKETING

Ber noemt als extra voordeel reclame- en marketingbureau Van Munster Media Factory, dat samen met Van Munster Media Publishers onderdeel uitmaakt van Van Munster Media. "Michael en zijn team van redacteurs, vormgevers en marketeers hebben ruime ervaring op het gebied van marketingvraagstukken. Van webdevelopment en online automatisering tot fotografie, video, tekst, social media en vormgeving; zij kunnen dit allemaal voor hun klanten realiseren."

www.ranbusiness.nl
www.vanmunstermedia.nl



BEGIN OP TIJD EN BEN VOORBEREID

Elke mkb-ondernemer krijgt op termijn te maken met de verkoop van diens bedrijf. Dit proces brengt de nodige voorbereidingen en werkzaamheden met zich mee. Hetzelfde geldt voor de aankoop van een onderneming. Noord-Limburg Business benaderde enkele fusie- en overnamespecialisten uit de regio en legde hen enkele vragen voor.

DE EXPERTS

- Patrick Schreudering en Thijs Muijsenberg, Company Shaping
- Jaap Schrover, Crowe Foederer
- Jeroen Oehlen en Milou Segers, Boels Zanders

BANKEN LIJKEN STEEDS MINDER HAPPIG TE ZIJN OM OVERNAMES EN FUSIES VAN MKB-BEDRIJVEN TE FINANCIEREN. WAT ZIJN GOEDE EN HAALBARE AANVULLINGEN C.Q. ALTERNATIEVEN?

Patrick Schreudering: “Banken blijven bereid om financiering te verstrekken, mits de voorwaarden gunstig zijn. Cruciale factoren hierbij zijn de bran-

che waarin de overname plaatsvindt, de ervaring en financiële inbreng van de koper. Wanneer deze factoren positief zijn, kunnen banken verschillende financieringsinstrumenten aanbieden, waaronder staatsgegarandeerde leningen. Deze instrumenten bieden een waarborg voor een aanzienlijk deel van de koopsom, vaak tot ongeveer 60%. Dit zorgt ervoor dat banken het risico beter kunnen beheersen en

daardoor eerder geneigd zijn om een financiering goed te keuren.”

Thijs Muijsenberg: “Een van de meest haalbare en populaire alternatieven voor een traditionele banklening is private equity. Dit type financiering biedt niet alleen kapitaal, maar ook strategische ondersteuning van ervaren investeerders. Private equity-fondsen hebben vaak interesse in bedrijven met groeipotentieel en kunnen significante middelen inzetten om de overname te realiseren en verdere groei te stimuleren.

Daarnaast kan een verkoper meewerken door een deel van de koopprijs later te ontvangen via een verkoperslening (vendor loan). Dit verlaagt de initiële financieringsbehoefte en toont het vertrouwen van de verkoper in de toekomstige prestaties van het bedrijf. Ook familie en vrienden zijn soms bereid om te investeren, vooral als zij vertrouwen hebben in de ondernemer en het businessplan.

Crowdfunding en sharefunding zijn eveneens opkomende alternatieven. Via platforms kunnen ondernemers kapitaal ophalen bij een breed publiek, wat niet alleen financiële middelen biedt maar ook de naamsbekendheid vergroot. Deze methode vereist echter een sterke presentatie van het bedrijf en de overnameplannen om investeerders aan te trekken.

Tot slot kan intern gegenereerde cashflow een rol spelen in de financiering. Door een deel van de winst van het bestaande bedrijf te herinvesteren, kan de benodigde externe financiering worden verlaagd. Dit vergt echter zorgvuldige planning en discipline om ervoor te zorgen

Patrick Schreudering en Thijs Muijsenberg



dat de dagelijkse operationele behoeften van het bedrijf niet in het gedrang komen.”

Jaap Schrover: “Dergelijke transacties worden door de bank doorgaans als risicovol gezien, omdat de financiering vaak ongedekt is en gestructureerd wordt op toekomstige kasstromen. Onze ervaring leert dat het de bank comfort biedt als de verschillende risico's in kaart worden gebracht, mitiganten worden benoemd en verschillende bijbehorende scenario's worden geschetst. Hierdoor krijgt de bank meer gevoel bij de situatie en vergroot je de kans op succes. Daarnaast verwacht de bank een deel eigen inbreng van de ondernemer. Dit kan bijvoorbeeld in de vorm van liquide middelen of een (achtergestelde) vendor loan. Je doet er dan ook verstandig aan om vóór de onderhandelingen in kaart te brengen wat de financieringsmogelijkheden zijn, hoeveel eigen geld kan worden ingebracht en wat er eventueel nog van de verkoper wordt verwacht. Hierdoor kom je achteraf niet voor verrassingen te staan bij het ophalen van de financiering.

Uiteindelijk ben je voor het aantrekken van een overnamefinanciering niet meer volledig afhankelijk van een bank. De laatste tijd hebben verschillende financieringsvormen, zoals crowdfunding, factoring en direct lending hun opmars gemaakt. Deze producten kunnen ook bij een overname worden ingezet. Het is ook mogelijk verschillende financieringen te combineren (stapelen), zodat niet het volledige risico bij één bank of kredietverstrekker ligt. Welke vorm daarin passend is, is uiteraard afhankelijk van de specifieke situatie. Maar het is goed om te weten dat er meer mogelijkheden zijn dan alleen de traditionele weg via de bank.”

Jeroen Oehlen: “Wij kennen de geluiden uit de markt dat banken terughoudender zijn in het financieren van overnames van mkb-bedrijven, maar zien in onze praktijk nog weinig problemen op dat gebied. Het blijft onverminderd druk met overnames, ook in het mkb. De vraag in hoeverre een bank meegaat in de financiering, is vooral ook afhankelijk van de kopende partij. In de praktijk wordt een overname nooit helemaal door een bank gefinancierd.”

Milou Segers: “Het is meestal een mix van eigen kapitaal van de kopende partij en bancaire financiering, vaak gecombineerd met nog andere vormen van financiering. Een deel van de koopprijs kan bijvoorbeeld schuldig worden gebleven en worden omgezet in een door de verkoper verstrekte lening, die pas na aflossing van de bankfinanciering wordt betaald. Ook wordt regelmatig gekozen voor een gedeeltelijk variabele koopprijs (een 'earn-out'), waarbij de betaling afhankelijk is van toekomstige winsten. Er zijn dus voldoende aanvullingen op en alternatieven voor alleen een



Jaap Schrover

bankfinanciering, maar of ze nodig zijn en welke mogelijk zijn, zal per transactie verschillen.”

WAT KAN EEN MKB-ONDERNEMER ZELF AAN VOORBEREIDINGEN TREFFEN OM EEN FUSIE OF OVERNAME TOT EEN GESLAAGD EINDE TE BRENGEN?

Patrick Schreudering: “Een van de eerste stappen is het laten uitvoeren van een gedegen bedrijfswaardering. Dit geeft een realistisch beeld van de waarde van je bedrijf en vormt de basis voor verdere onderhandelingen.

Zorg dat de financiële administratie van je bedrijf op orde is. Potentiële kopers zullen grondig onderzoek doen naar de financiële stabiliteit en prestaties van je bedrijf. Dit betekent dat alle boekhoudkundige gegevens nauwkeurig en up-to-date moeten zijn. Overweeg een audit door een externe partij om vertrouwen te wekken bij geïnteresseerde partijen.

Daarnaast is een goed doordacht businessplan cruciaal. Dit plan moet niet alleen de huidige situatie van je bedrijf beschrijven, maar ook de toekomstvisie, groeimogelijkheden en strategische doelen. Dit geeft potentiële kopers inzicht in de mogelijk-



Jeroen Oehlen

heden die jouw bedrijf biedt en maakt het aantrekkelijker voor overname.”

Thijs Muijsenberg: “Optimaliseer de operationele processen binnen je bedrijf. Dit kan betekenen dat je inefficiënties aanpakt, technologieën implementeert die de productiviteit verhogen, en zorgt voor een goed opgeleid en gemotiveerd team. Een soepel lopende operatie is een sterke troef bij overnameonderhandelingen. Verder is het van belang dat je bedrijf onafhankelijk van jou als ondernemer kan functioneren. Dit verhoogt de waarde van het bedrijf aanzienlijk. Zorg er ook voor dat alle juridische zaken van je bedrijf in orde zijn. Dit omvat

het controleren van contracten, eigendomsrechten, vergunningen en andere juridische documenten.

Ten slotte is een grondig marktonderzoek belangrijk om te begrijpen hoe jouw bedrijf zich positioneert ten opzichte van concurrenten. Dit onderzoek helpt om de unieke waardepropositie van je bedrijf te benadrukken. Bereid ook een communicatieplan voor om interne en externe stakeholders te informeren over de fusie of overname. Transparante en tijdige communicatie voorkomt speculatie en onrust binnen je team en behoudt het vertrouwen van klanten en leveranciers.”

Jaap Schrover: “Het bedrijf verkoopklaar maken wordt vaak vergeten of komt pas vijf voor twaalf aan bod. Door je onderneming tijdig verkoopklaar te maken, maximaliseer je de verkoopprijs en verkoopbaarheid. Je brengt de onderneming onder andere op financieel, fiscaal, commercieel, juridisch en organisatorisch gebied op orde en creëert daardoor stabiliteit in de organisatie. Dat is voor een toekomstige koper van groot belang.

In het bijzonder moet je als onderdeel van het verkoopklaar maken stilstaan bij de positie van de ondernemer zelf. Veelal is de onderneming nog in grote mate afhankelijk van de ondernemer en dat zorgt voor risico's bij potentiële kopers. Het is immers de ondernemer die zijn bedrijf wenst te verkopen en vaak (op termijn) wenst te stoppen met werken. Een koper vraagt zich dan af: Wat is hiervan het effect op de organisatie? Blijven de belangrijkste klanten ook na de overname? Om deze risico's voor een koper weg te nemen, is het van belang dat een ondernemer zich voorafgaand aan een verkoopproces misbaar maakt en taken en verantwoordelijkheden overdraagt aan de organisatie. Het kan hierbij helpen een management-team in te richten die de dagelijkse leiding over de onderneming op zich neemt. Heb je dit als ondernemer onvoldoende vooraf voor elkaar, dan bestaat de kans dat je na de overname nog enkele jaren betrokken moet blijven om dit alsnog te organiseren.

De koper ziet het liefst voorspelbare omzet en winstcijfers met zo min mogelijk risico. Knelpunten vroegtijdig aan het licht brengen en de bijbehorende problemen tackelen, maakt dat de onderneming verkoopklaar is.”

Jeroen Oehlen: “Een goed overnametraject heeft een goede voorbereiding nodig. Met voorbereiding bedoelen wij niet alleen de financiële begeleiding, maar ook het in kaart brengen van de onderneming en van de potentiële risico's in het bedrijf. Een koper zal alles van het bedrijf willen weten en een due diligence onderzoek uitvoeren, waarbij elke stoepetegel wordt opgetild. De ondernemer moet voor zo'n onderzoek alle data van het bedrijf beschikbaar maken in een digitale data room en moet voorbereid zijn op de vragen die gaan komen. Dit proces kost veel tijd en dat wordt in de praktijk vaak onderschat. De bevindingen van een overname kandidaat tijdens zo'n due diligence onderzoek zouden je niet mogen verrassen.”

Milou Segers: “Wij zien ook nog wel eens dat een ondernemer eigenlijk nog helemaal niet voorbereid is, maar inspeelt op het moment. Wanneer je opeens wordt benaderd door iemand die jouw aandelen wil kopen en besluit het bedrijf te verkopen, dan start de voorbereiding pas op dat moment. Liever neem je ook dan de tijd voor een gedegen voorbereiding. Die investering maakt het overnametraject alleen maar efficiënter en de kansen op een geslaagd traject veel groter.”

WAT WAS HET MEEST MEMORABELE PROCES DAT JIJ MOCHT BEGELEIDEN?

Patrick Schreudering: “Een MBI-kandidaat (Management Buy-In) nam contact met ons op om een zoekprofiel op te stellen. Samen maakten we een grondige analyse van zijn persoonlijke mogelijkheden, geschikte branches en de omvang van de onderneming die bij hem zouden passen. Met deze gegevens stelden wij een zoekprofiel op. In diverse databases vonden we een passend bedrijf. We begonnen met de bedrijfsanalyse en de onderhandelingen. Nadat we overeenstemming bereikten over de koopprijs en voorwaarden, werd een LOI (Letter of Intent) ondertekend.

Tijdens het boekenonderzoek ontdekten we echter dat de vraagprijs aan de hoge kant was en de dealstructuur fiscaal ongunstig voor de koper. Ondanks intensieve onderhandelingen konden we geen akkoord bereiken. Wat er daarna gebeurde, was opmerkelijk. Het contact tussen koper en verkoper was tijdens het onderhandelingsproces zo goed geworden dat de koper in dienst trad bij het bedrijf als bedrijfsleider. Enkele jaren later kocht hij het bedrijf alsnog, maar nu als MBO-kandidaat (Management Buy-Out). Deze periode in het bedrijf gaf hem een veel beter inzicht in de onderneming en haar waarde. Hierdoor had hij een sterkere onderhandelingspositie bij zowel de verkoper als de financier. Banken zijn doorgaans eerder bereid om een MBO te financieren dan een MBI, omdat een MBO-financiering minder risicovol is. Een MBO-kandidaat heeft namelijk al ervaring binnen het bedrijf en kent de onderneming door en door.

Wat wij hieruit hebben geleerd, is dat het soms beter is om als MBI-kandidaat eerst enkele jaren in het bedrijf te gaan werken dat je op termijn wilt overnemen. Dit verhoogt de kans op een succesvolle overname aanzienlijk.”

Jaap Schrover: “Het is moeilijk één specifiek proces te noemen. Ieder proces is anders, heeft een andere dynamiek en heeft andere aandachtspunten. Bij het ene proces ben je, door het ontbreken van opvolging, bezig een derde generatie familiebedrijf te begeleiden in het vinden van de juiste externe koper, die past binnen de familiecultuur van de organisatie en de wensen van de familie. De andere keer begeleid je een jonge ondernemer die zijn bedrijf in een paar jaar heeft opgebouwd en tot de conclusie is gekomen dat hij door de snelle groei van het bedrijf te veel moest gaan managen en zijn passie - het ondernemen - verloren is. Hier ga je dan op zoek naar een investeerder/koper die samen met de ondernemer verder wil bouwen aan de organisatie, er wordt een directeur aangesteld en de ondernemer kan weer doen waar hij energie van krijgt. Of tot slot een ondernemer die graag de onderneming wil laten groeien door het doen van één of meerdere overnames

waarbij je op zoek gaat naar de onderneming en ondernemer die het beste past binnen het zoekprofiel.

Kortom, een voor een memorabele processen waar ik als adviseur energie van krijg en waar je onmogelijk één proces uit kunt kiezen.”

Jeroen Oehlen: “De meest memorabele deal tot nu toe dit jaar was de overname van de Hesdo-groep door Commaxx International. Bij deze transactie waren Milou en ik samen namens Boels Zanders betrokken. De Commaxx groep is een snel groeiend bedrijf op het gebied van consumentenelektronica. Wij

hebben voor hen eerder ook al overnames begeleid.”

Milou Segers: “Deze overname was vooral bijzonder vanwege de complexiteit en het internationale karakter. De transactie bestond uit overnames in zes verschillende landen in Europa en Azië. Deze transacties moesten plaatsvinden op dezelfde dag en dat was een uitdaging.”

Jeroen Oehlen: “De tijdsdruk was hoog. Wij hebben de trajecten van a tot z geregistreerd en hebben daarbij nauw kunnen samenwerken met onze buitenlandse partnerkantoren.”



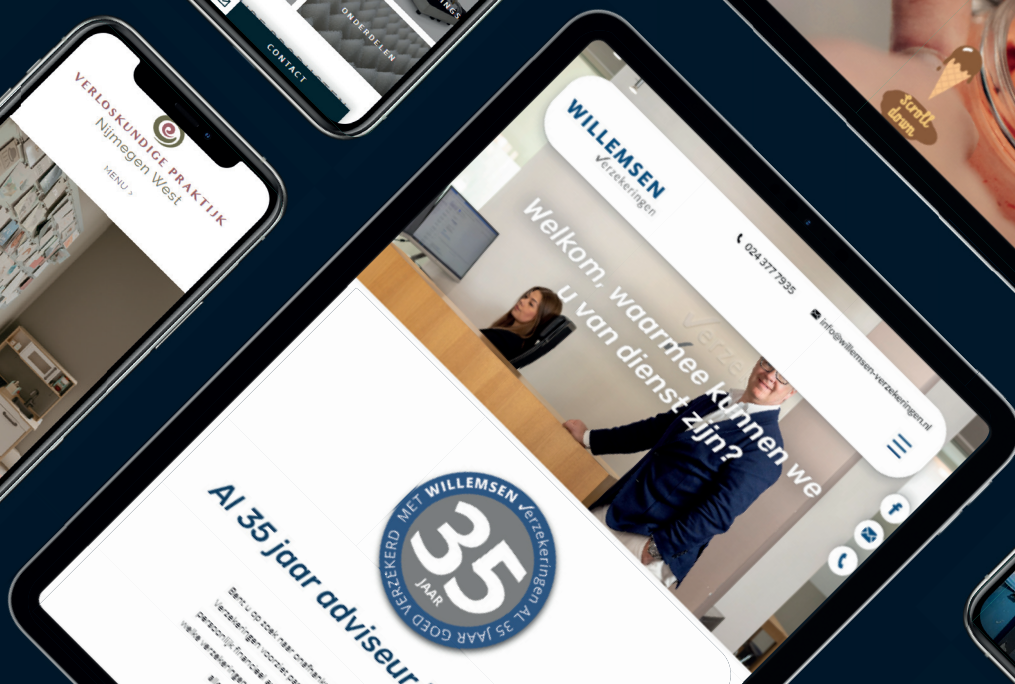
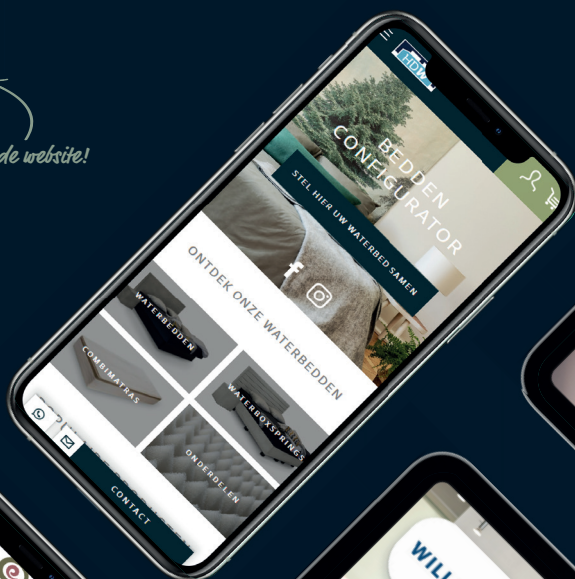
Milou Segers

»Toe aan een nieuwe website?

Passie voor het creëren van verbluffende websites die indruk maken en resultaten opleveren.



Check de website!



WAARDEVOL NETWERKEN DOOR OPRECHT ALS MENS TE VERBINDEN MET ELKAAR

DE MENS ACHTER DE ONDERNEMER!

Je hebt waarschijnlijk al ervaren hoe speciaal het is om echt een verbinding te voelen met iemand anders. Het gevoel van volledige betrokkenheid, alsof je in dat moment wordt opgezogen. Het één zijn met een ander (mens, dier, natuur, enz.). Is het echter wel gepast om echt een sterke verbinding aan te gaan, vooral in een professionele context? Wat zullen



anderen ervan denken of zeggen?

Het oprecht verbinden met iemand anders vereist bepaalde fundamentele elementen: gelijkwaardigheid, oordeelsvrijheid, diepgang en het kunnen stellen van grenzen. Naar mijn mening is echt verbinden dus niet hetzelfde als wat veel ondernemers beschouwen als 'netwerken', waarbij je vaak in zo kort mogelijke tijd zoveel mogelijk mensen probeert te bereiken zonder echte verbinding te maken. Is dat echt wat je wilt?

TIPS

Graag deel ik vijf tips die je zullen helpen om oprecht een verbinding met iemand anders aan te gaan. Om iets blijvends te creëren, moet je een onvergetelijke ervaring achterlaten.

1. LUISTER ACTIEF

Als mensen gaan onze gedachten vaak sneller dan de woorden die we uitspreken. Tijdens het luisteren betekent dit vaak dat onze hersenen zich eigenlijk driekwart van de tijd vervelen en we dus niet echt luisteren. Als je kunt leren om echt actief te luisteren naar de persoon met wie je praat en oprechte interesse toont in wat ze te zeggen hebben (je richt je op hen in plaats van op jezelf, je geeft meer dan je ontvangt, je reageert door herhaling van een woord of door verdiepende vragen te stellen, enz.), zullen ze niet anders kunnen dan een verbinding met jou maken.

2. WEES ENTHOUSIAST EN GEPASSIONEERD

Het is onmiskenbaar dat enthousiasme en passie aanstekelijk werken. Mensen willen met mensen omgaan die gedreven zijn en plezier en vreugde halen uit wat ze doen. Dit betekent dus dat je betrokken bent bij dingen die je echt geweldig vindt. In plaats van te praten over dingen die je moeilijk vindt, kun je beter tijd besteden aan zaken waar je helemaal in opgaat en waar je wild enthousiast over bent. Wees open en kwetsbaar, want dat is belangrijk in elke interpersoonlijke verbinding.

3. WEES ALTIJD OPRECHT EN JEZELF

Sommige mensen hebben de neiging zich anders voor te doen wanneer ze bij anderen zijn. Het nadeel hiervan is dat anderen dat zullen opmerken, en dan wordt het heel moeilijk om een echte verbinding te maken. De meeste mensen hebben namelijk een soort 'bullshit'-radar. Hoe meer je gewoon open en kwetsbaar bent en jezelf laat zien zoals je echt bent (met al je positieve en minder positieve kanten), hoe makkelijker het zal zijn om op een dieper niveau verbinding te maken. Wanneer je oprecht jezelf bent, trek je ook dit type mensen aan.

4. ZIE IEDEREEN ALS EEN VRIEND DIE JE NOG NOOIT HEBT ONTMOET

Bij echte goede vrienden zijn we meer geneigd om te luisteren, te helpen, advies te geven, een introductie te doen, enz. We doen geen moeite om het gesprek te domineren, zijn niet opschepperig en zullen zeker niet alleen maar nemen (dat houdt toch niet lang stand!). Eigenlijk is het vrij eenvoudig: voordat je iemand aanspreekt, stel je jezelf de vraag hoe je een goede vriend in die situatie zou benaderen.

5. SPREEK OVER WAAROM JE IETS DOET, NIET OVER WAT JE DOET

Mensen zijn in mindere mate geïnteresseerd in je handelingen, maar eerder in de reden erachter. Hoe beter je jouw redenen met anderen kunt delen, des te dieper zal de verbinding zijn.

*René Luijten, Business Sociëteit Morgen
Groei en ontwikkeling van ondernemers,
medewerkers en organisaties.
www.bsmorgen.nl*

De stijl van

ROBERT HOELEN

In de rubriek 'De Stijl Van' wordt een ondernemer uit de regio Noord-Limburg gekleed door de Fashion Guides van modezaak Jansen-Noy. Ditmaal is Robert Hoelen van Omzetters aan de beurt.

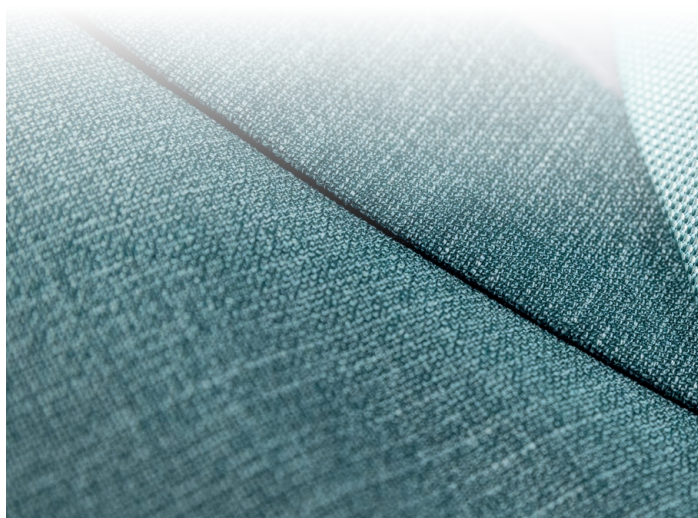
Robert Hoelen organiseert regionale ondernemersbeurzen in Zuidoost-Nederland, zoals bijvoorbeeld Venray Big Business en Venlo in Business. Zijn kledingstijl omschrijft Robert als casual. "Meestal draag ik een spijkerbroek met sneakers met daarop een trui, polo of overshirt. Afhankelijk van de klanten die ik bezook, trek ik soms een jasje aan. Op beursdagen draag ik bijna altijd een jasje."

Fashion Guide Ingrid zocht voor Robert drie outfits uit: casual, business casual en chique. Blauw, een kleur die Robert net als andere ondernemers veel draagt, bleef in de rekken hangen.



OUTFIT 1: CASUAL IN LICHTE TINTEN

De eerste outfit ligt qua items dichtbij Roberts eigen kledingstijl. Hij draagt een wit overshirt met daaronder een donkerbeige t-shirt. De chino heeft een lichtbeige kleur. De lichtbruine sneakers zijn voorzien van blauw-wit omrande grijze vlakken en donkere veters. Ingrid: "Lichte kleuren staan Robert erg goed. Bovendien kun je het overshirt in de zomer prima als jas dragen. Onder het overshirt kun je het beste een t-shirt of polo dragen; een v-hals is passé." Robert moet wennen aan de lichte kleuren. "Maar ik vind het zeker een leuke outfit. Zelf zou ik uit gewoonte wellicht eerder voor een spijkerbroek kiezen."





OUTFIT 2: BUSINESS CASUAL IN GRIJS

De tweede set bestaat uit een grijs pak van een linnen-katoenmix. Daaronder draagt Robert een donkerblauwe polo en zwarte loafers met een dikke, witte zool. Ingrid: "De broek is wat wijder en heeft een wat bredere omslag, dat past bij het modebeeld van nu. De opgestikte zakken zorgen voor een leuk detail. Deze kleur grijs heeft een donkerblauwe ondertoon, dat maakt de kleur wat warmer en dus prima voor de zomer." Robert is aangenaam verrast en vindt de kleur goed staan. "Ik dacht dat grijs mij bleek zou maken. Ik zie mezelf deze outfit wel tijdens een beursdag dragen."



OUTFIT 3: CHIQUÉ IN GROEN

Voor de derde outfit koos Ingrid een groen gemêleerd pak van wolmix, met daaronder een wit overhemd. De groene veterschoenen maken het geheel af. Ingrid: "Groen is het nieuwe blauw en die kleur zie je nu veel in de rekken hangen. Bovendien staat groen Robert heel goed. Wat betreft de schoenen heb ik bewust gekozen voor een lichte kleur in plaats van de geijkte cognackleur. In deze outfit gaat de lichte kleur van het pak over in de schoenen en dat creëert lengte. Ben je lang, dan kun je er juist voor kiezen om de lengte te breken met een schoen in een andere kleur." Robert: "Het pak staat goed en heeft een zomerse kleur. Ik vind het echt iets voor een gelegenheid. Ik vond het erg leuk om mee te doen en ben er blanco ingegaan. Het resultaat is zeer geslaagd."

IS HET NODIG, NUTTIG OF ZINNIG?

“We moeten iets met AI.” Sinds de lancering van ChatGPT in 2022 is dit een veelgehoorde uitspraak van ondernemers. Aan het gebruik van generatieve AI-tools zitten zeker grote voordelen, maar voor de maatschappelijke kosten is nog niet veel aandacht. Volgens auteur en keynote-spreker Aaron Mirck zou elke ondernemer een wat meer kritische houding ten opzichte van AI moeten innemen.



AI ALS STAGIAIR

Persberichten schrijven, personeelsplanningen maken, vacatureteksten bedenken of een pakkend bericht voor je social media kanalen opstellen; de manier waarop je generatieve AI-tools zoals ChatGPT, Gemini, Microsoft Copilot en Midjourney kunt toepassen lijkt eindeloos, net als de tijd die ze je besparen. “De belofte van dit soort tools is dat het ons productiever maakt”, vertelt Aaron Mirck, auteur van het boek ‘AI, voorbij de hype’. “Daardoor zouden we zo’n tien tot twintig procent van onze tijd op een andere manier in kunnen zetten. Een vaak gemaakte vergelijking is die met een stagiair. Hij of zij neemt werk uit handen waar je niet aan toekomt of wat je niet interessant vindt.” Die vergelijking gaat eveneens op wat betreft de output van generatieve AI-tools. “Qua kennisniveau zijn de AI-tools afhankelijk van de data

op internet waarmee getraind is. Internet staat echter vol met meningen die eerder het niveau van de gemiddelde internetgebruiker hebben, dan die van een expert. Net als het werk van een stagiair is de output van een AI-tool dus niet foutloos.”

CONTROLLEREN

Het feit dat er op het resultaat van AI-tools soms nog wel wat valt aan te merken, is één van de redenen waarom ondernemers er verstandig aan doen om een wat meer kritische houding tegenover het gebruik hiervan in te nemen. “Een AI-tool scant het internet af voor informatie. Het maakt daarbij geen onderscheid in de herkomst van de informatie en door wie het is geschreven. Dat betekent dat nepnieuws als bron kan worden gebruikt. Daarmee ontstaat het risico dat je output foute informatie bevat.

Ga je die delen, dan ga je de mist in. Daarom moet je altijd de resultaten controleren.” In zijn boek laat Aaron Mirck diverse experts aan het woord die met klem afraden om AI-tools te gebruiken voor bijvoorbeeld het controleren van informatie of het opstellen van juridische documenten en contracten.

INCLUSIEF

Waar je eveneens voor moet waken, is dat de output van generatieve AI-tools afhankelijk is van de input, waardoor bestaande vooroordelen worden versterkt. Je teksten kunnen daardoor niet inclusief van toon zijn en een beperkte doelgroep aanspreken. In het ergste geval kunnen de teksten zelfs racistisch zijn. “Wanneer een AI-tool vacatures voor je bedrijf gaat selecteren, kunnen daar al snel vooroordelen in sluipen. Want als jouw werknemers-

bestand bijvoorbeeld voornamelijk bestaat uit witte mannen, dan is de tool op basis daarvan getraind en is de kans dus groot dat je die categorie mensen gaat aantrekken. Overigens zijn er wel alternatieven te vinden om dit te voorkomen, zoals Missjourney (een alternatief voor Midjourney, red) voor het genereren van afbeeldingen.”

GEGEVENSBESCHERMING

Een ander punt van aandacht dat bij het gebruik van AI-tools om de hoek komt kijken, is gegevensbescherming. “De veelal gratis AI-tools zijn afhankelijk van data om het systeem te trainen. Als je niet betaalt, is het logisch dat jouw data veel meer gebruikt wordt, want wat heeft zo’n bedrijf anders aan jou? Van ChatGPT is bekend dat de tool de input en de output gebruikt als trainingsmateriaal. Ook houdt de tool bij wat je typt, waar je bent en welke websites je bezoekt. Die informatie verkoopt het aan adverteerders; eigenlijk net zoals Facebook en Google bijhouden wat we online doen en die informatie aan andere bedrijven verkopen.”

DATALEK

Het gebruik van jouw data door generatieve AI-tools kan in het ergste geval zelfs voor een datalek zorgen. Aaron Mirck noemt in zijn boek een voorbeeld van een afdeling van Samsung in Zuid-Korea, die onbedoeld gevoelige informatie deelde met de openbare tool van ChatGPT. Hierdoor kunnen gegevens van klanten en leveranciers op straat komen te liggen, met boetes en imagoschade als gevolg. Ook bestaat het risico dat intellectueel eigendom via de tool openbaar wordt gemaakt. Als de tool eenmaal deze informatie heeft gebruikt als trainingsmateriaal, heb je daar geen controle meer over. “Het gebruik van jouw data kun je afschermen door een abonnement af te sluiten, maar de huidige abonnementen hebben dan wel

GEEN CHATGPT VOOR AMBTENAREN

Op dit moment bestaat er geen wet- en regelgeving die generatieve AI-tools en het gebruik ervan reguleert. Dat maakt dat het Rijk geen voorstander is van het gebruik van dergelijke tools door ambtenaren. In december 2023 publiceerde missionair staatssecretaris digitalisering Alexandra van Huffelen in een kamerbrief het voorlopig standpunt over generatieve AI door Rijksorganisaties. In deze brief stond onder andere het volgende: “Niet-gecontracteerde generatieve AI-toepassingen zoals ChatGPT, Bard (tegenwoordig Gemini, red), en Midjourney, voldoen over het algemeen niet aantoonbaar aan de geldende privacy- en auteursrechtelijke wetgeving. Zodoende is het gebruik hiervan door Rijksorganisaties (of in opdracht daarvan) in beginsel niet toegestaan, in die gevallen waarin het risico bestaat dat wetgeving wordt overtreden, tenzij de aanbieder en de gebruiker aantoonbaar voldoen aan de geldende wet- en regelgeving.” Het voorlopige standpunt zou geen categorisch verbod van de technologie zijn, aangezien het gebruik niet wordt ontzegd, maar gekaderd. Over welke leveranciers en toepassingen wel voldoen aan de wet- en regelgeving, heeft de minister in de kamerbrief geen uitspraak gedaan.

In de praktijk komt het erop neer dat de overheid ambtenaren niet toestaat om ChatGPT, Bard en Midjourney te gebruiken. Het is niet ondenkbaar dat Rijksdiensten in de toekomst hun leveranciers gaan verplichten om inzage te geven in hoeverre zij werken met generatieve AI-tools en welke afspraken de leveranciers hebben gemaakt. Veel Rijksdiensten kijken nu al kritisch naar hoe duurzaam hun leveranciers werken en zijn verplicht om dit mee te nemen in hun beslissing om wel of niet met een partij in zee te gaan.

AI EN COPYRIGHT

AI-tools maken gebruik van diverse online bronnen en data om hun systemen te trainen. Voor het gebruik hebben ze echter geen toestemming, wat zou betekenen dat er copyright wordt geschonden. Hier een zaak van maken is lastig, omdat het vaak over schendingen in meerdere landen gaat en elk land eigen regels heeft op het gebied van auteursrecht. Ook geven de tools zelf weinig transparantie over welke bronnen er worden gebruikt om te trainen.

OpenAI kondigde in november 2023 aan dat het copyright-rechtszaken van gebruikers gaat vergoeden. Jurist en IP-expert Charlotte Meindersma, die voor het boek ‘AI, de hype voorbij’ van Aaron Mirck werd geïnterviewd, denkt dat OpenAI de juridische dekking laat afhangen van de manier waarop gebruikers met ChatGPT hebben gewerkt. Zij geeft aan dat “als de opdracht (prompt) zo is opgesteld dat de kans groot is dat de output het auteursrecht schendt, dan werkt OpenAI vast niet mee aan een rechtszaak.”

Volgens de IP-expert zouden rechtszaken tegen AI-bedrijven die inbreuk maken op het auteursrecht in Nederland te weinig opleveren om kostendekkend te zijn, “omdat kantonrechters besloten dat de meeste zaken over auteursrecht, vooral als het over afbeeldingen en teksten gaat, als ‘zeer eenvoudig’ worden afgedaan. Hierdoor is geen volledige proceskostenveroordeling meer mogelijk en kost procederen vaak meer geld dan winst van de zaak kan opleveren.”

minder functionaliteiten. En dan kun je je nog steeds afvragen waar je data wordt opgeslagen. Het zou een mooie oplossing zijn wanneer de grote Europese tech-reuzen zich committeren om af te zien van het verzamelen van data als business model.”

MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

Aaron Mirck geeft in zijn boek aan dat de vraag of het gebruik van AI nodig, nuttig of zinnig is, zelden wordt gesteld. Bedrijven die een actief mvo-beleid voeren, zouden zich wél over dat vraagstuk moeten buigen. Want er is nu vooral aandacht voor de economische voordelen die deze tools kunnen bieden, terwijl de maatschappelijke kosten er niet om liegen. “Twintig jaar geleden werden we verleid om met Facebook aan de slag te gaan. Nu komen we erachter dat het toch niet zo’n jofel bedrijf is. Ook bij generatieve AI-tools kunnen we negatieve effecten aanwijzen die direct in verband kunnen worden gebracht met het gebruik hiervan.”

MINDERJARIGE DATAWERKERS

Een van de voorbeelden die de auteur in zijn boek aanhaalt, zijn de werknemers die - door de bedrijven achter de generatieve AI-tools zoals ChatGPT - worden ingezet om aanstootgevende content te filteren. Dit werk wordt goedkoop uitbesteed - net als Microsoft, Google en Meta dat deden - bij Sana, een outsourcingbedrijf in Kenia, wiens werknemers last kregen van psychische klachten. Kolotibablo levert zelfs minderjarige datawerkers. “AI-bedrijven besteden werk uit dat wij hier niet willen doen, zonder eerlijke beloning of gedegen controle op de arbeidsom-



**groene
economie**
LIMBURG

**HULP NODIG BIJ DE VERDUURZAMING VAN
JE BEDRIJF?**

**ONTDEK HOE WIJ LIMBURGSE MKB-ERS
VOLLEDIG ONTZORGEN IN DE
ENERGIETRANSITIE**

**20
24**

MEER WETEN?

NEEM VANDAAG NOG CONTACT MET ONS OP



0475 794 050

GROENE-ECONOMIE.COM

RECHTSHULP IN DUITSLAND VOOR ONDER ANDERE:

**RECHT VAN VERBINTENISSEN
INNEN VAN VORDERINGEN
VERKEERSRECHT
LETSELSCHADE
ARBEIDSRECHT
HUURRECHT**



**BOVEN DE WOLFSKUIL 3 D18 6049 LX ROERMOND T 085-0668944
NEDERLAND@DUITSLAND.LAWYER WWW.DUITSLAND.LAWYER**

**crisis
management**



www.vantienen.nl/webshop



vantienen

Landweer 2a
5411 LV Zeeland (NB)
T 085 20 20 720
E info@vantienen.nl
www.vantienen.nl

Nijverheidsweg 25
6171 AZ Stein
T 046 433 93 83
E info@limcaf.nl
www.limcaf.nl

standigheden. Of je met een niet zo ethisch bedrijf zaken zou moeten doen, is een vraag die vaker binnen het bedrijfsleven zou moeten worden gesteld.”

STROOM

Een ander voorbeeld dat nu nog onderbelicht is, is de enorme hoeveelheid stroom die nodig is om de data te verwerven, op te slaan en te verwerken. Ook zorgt het trainen en gebruiken van generatieve AI-tools volgens Mirck voor gigantische hoeveelheden CO₂-uitstoot. “Wie tussen de twintig en vijftig vragen aan ChatGPT stelt, zorgt dat er een halve liter water verloren gaat. Elke vraag aan ChatGPT zorgt voor meer dan vier gram CO₂-uitstoot, evenveel als bij de productie van een plastic tasje. Tegen 2027 zou alleen al ChatGPT evenveel stroom gebruiken als heel Nederland.”

AI ALS SPIEGEL

Aan het gebruik van AI zitten overduidelijk voor- en nadelen. “In het beste geval is AI een spiegel die jou bewust maakt van het feit dat je bepaalde plannen hebt of bepaalde dingen wilt doen. Juist door de ‘ongekende’ mogelijkheden

van AI ontstaan er veel nieuwe ideeën. Voor die ideeën kan AI een oplossing bieden, maar er zijn wellicht ook betere of simpelere oplossingen. Elke ondernemer zou zichzelf de vraag moeten stellen of AI een doel of een tool is. Ik hoop van harte dat er een kentering gaat plaatsvinden waarbij we een wat kritischere houding gaan aannemen ten opzichte van het gebruik van AI, en dat we niet klakkeloos achter de voordelen van generatieve AI-tools aanlopen.”

TIPS

Of je als ondernemer wel of niet gebruikmaakt van generatieve AI-tools, is een afweging die

ieder voor zichzelf moet maken. Kies je ervoor om het in te zetten, lees dan vooral onderstaande tips door:

- Licht je werknemers goed in over de voor- en nadelen van AI-tools;
- maak duidelijke afspraken over waar je AI-tools wel en niet voor gebruikt;
- gebruik AI-tools voor taken waar je niet goed in bent of geen tijd voor hebt;
- besteed taken waar je juist goed in bent niet uit aan AI. De kans dat je er zelf beter in bent is groot. Bovendien houdt het je brein scherp.

In juni maakte Meta bekend dat het bedrijf uploads en privégegevens van de gebruikers van Facebook en Instagram wil gaan gebruiken om diens eigen AI-technologie te gaan trainen. Gebruikers van Facebook en Instagram die dit niet wilden, konden een online bezwaarformulier invullen en indienen. Nadat er in Europa een reeks klachten werd ingediend tegen de AI-plannen, heeft Meta besloten om de lancering van het AI-programma in de Europese Unie uit te stellen.





GESLAAGDE TWEEDE EDITIE NOORD-LIMBURG BUSINESS GOLF CHALLENGE

Donderdag 13 juni 2024 organiseerde Noord-Limburg Business samen met Golfbaan de Golfhorst de Noord-Limburg Business Golf Challenge 2024.

Er werd door veel deelnemende teams uit het bedrijfsleven gestreden voor de felbegeerde prijzen die te winnen waren. Bij binnenkomst ontving elke deelnemer een hele ruige gepersonaliseerde waterfles gemaakt door Werktuig uit Venlo.

Tussen het spelen van de holes door werd er per flight een chipping wedstrijd gehouden. Deelnemers moesten chippen in de bakfiets van Dekkers Business Bikes en maakten zo kans op een maand lang gratis elektrisch fietsen voor de hele flight.

Tijdens de wedstrijd werd er een lichte business lunch op het terras geserveerd. De challenge werd afgesloten met een borrel waarbij alle gelegenheid was om te netwerken. Na de prijsuitreiking kon iedereen genieten van een heerlijke luxe tapas barbecue.

We kunnen terugkijken op een geweldige dag en de eerste aanmeldingen voor de derde editie 2025 zijn al binnen. Iedereen bedankt voor de deelname en natuurlijk ook grote dank aan het personeel van de Golfhorst voor de geweldige service en gastvrijheid!





DE WINNAARS VAN DE NOORD-LIMBURG BUSINESS GOLF CHALLENGE

- Beste flight met chippen:
Appie Weijs. A.W.I. Isolatie B.V.
- Neary dames en heren:
Ger Poels (BMW reistrolley De Maassche Venlo)
- Longest Dames:
Jacqueline Drost (twee greenfees Golfhorst)
- Longest Heren:
Nathan Costello (twee greenfees Golfhorst)
- 1ste Texas Scramble wedstrijd: Culinary Taste Carrier Systems en True Spices (interview in Noord-Limburg Business t.w.v. €1650)
- 2de Texas Scramble wedstrijd:
Bouwbedrijf Bert Stamford (deelname voor vier personen aan de Jubileum Finals op de Swinkelsche Golf)
- 3de Texas Scramble wedstrijd:
Werktuig (sponsorbord op hole 10 Golfhorst)





LET OP: GOOGLE GOOIT HET ROER OM!

In SEO-land is er heel wat gaande momenteel. Na jaren van relatieve rust is er nu echt heel wat aan het veranderen. Is Google ook bij jouw bedrijf een onderdeel van je businessmodel? Dan is het handig om dit artikel te lezen. Want Google gaat veranderen!

DE FEITEN OP EEN RIJTJE:

1. GOOGLE-UPDATES: KWALITEIT

Google heeft onlangs een aantal updates uitgerold die alle gaan over kwaliteit: de E-E-A-T Update (2022), de Helpful Content Update (2023) en een Core Update (2024).

2. AFFILIATE WEBSITES FORS

GERAAKT: +/- 35%

Door de core update van maart dit jaar zijn inmiddels veel affiliate websites geraakt. Ze verloren in één keer gemiddeld 35% van hun organisch verkeer.

3. OOK 'GEWONE' WEBSITES GERAAKT

Sinds begin 2024 zijn er ook veel 'gewone' websites en webshops geraakt. Ze verliezen zoekwoordposities en traffic vanuit Google en andere zoekmachines.

4. EXTREME GROEI DOOR HELPFUL CONTENT-EXPERIMENT

Van januari tot en met mei dit jaar heb ik een experiment gehouden met helpful content. In 5 maanden zag ik een groei van ruim 250% in organisch verkeer!

Niets doen is achteruitgang. In dit artikel neem ik je mee in wat je kunt doen om mee te gaan in deze ontwikkelingen van Google en zo je organische verkeer kan behouden of vergroten.

Heb je het idee dat jouw content wel helpful is? Beantwoord dan eens de vragen hiernaast. Als je één keer of vaker nee antwoordt, is het tijd je SEO-content aan te passen aan de nieuwe richtlijnen van Google.

ZO ZIET STANDAARD SEO-CONTENT ER ONGEVEER UIT OP HET WEB:

- Veel zoekwoorden
- Veel marketingtermen
- Lange blokken tekst
- Regelmatig verstopt achter een 'lees meer'
- Zinnen die niet lekker lopen
- Teksten die niet goed leesbaar zijn
- Vaak met veel interne linkjes
- Met deze content ga je het niet meer redden...

HOE MAAK JE DAN HELPFUL CONTENT?

Hier de vier belangrijkste content-ingrediënten uit mijn experiment waarbij mijn website ruim 250% extra organisch verkeer kreeg puur door content helpfull te maken:

1. BEPAAL DE ZOEKINTENTIES PER PAGINA

Zoek niet alleen zoekwoorden waarop je gevonden wil worden, maar vooral ook vragen, problemen, zorgen, dilemma's en angsten achter deze zoekwoorden waar jouw potentiële klant mee bezig is.

Wat zoekt hij? Wat wil hij echt? Wat is belangrijk? Het gaat hier om een hele praktische manier van denken.

Een ChatGPT-prompt:

"Wat kunnen zoekintenties zijn van mensen die zoeken op [onderwerp]. Wat zijn dan de vragen achter deze zoekopdracht? Geef mij tien relevante en waardevolle zoekintenties."

Ook handig is om gewoon in Google de webpagina's boven jouw pagina in de zoekresultaten te bezoeken en onderzoeken welke onderwerpen zij behandelen.

Hoe breder je deze eerste stap doet, des te groter de kans is dat jouw pagina de vragen van jouw bezoeker beantwoordt. De gevonden zoekintenties vormen de structuur van je pagina.

2. SLOOP OUDE 'SEO-STRUCTUREN'

De meeste SEO-content staat er vol van. Bekijk op iedere pagina per alinea: 'voegt dit wel wat toe?' Zo niet, dan lekker verwijderen. Dit doe je op paginaniveau, maar ook op websiteniveau.

Zo neemt het aantal kwaliteitpagina's gedeeld door het totaal aantal pagina's toe. Ik noem dit voor het gemak: DQ = Domain Quality.

Doe dit ook met de zoekwoorden in een pagina. Google heeft een bepaalde zoekwoordichtheid niet meer nodig.

Wanneer het zoekwoord in de url, metatag en paginakopje staat, weet ze prima waar jouw pagina over gaat.

Schrijf zonder het aantal zoekwoorden in je tekst te tellen/optimaliseren.

3. BRENG DE MENSELIJKE ERVARING IN

Je bezoeker wil praktische en concrete informatie. Hij wil echt geholpen worden. Wanneer jouw content deze menselijke ervaring niet heeft, kun je het niet zo goed laten schrijven door een AI-tool.

Een hele goede bron voor deze menselijke ervaring is de medewerker van de klantenservice of bijvoorbeeld de verkoop binnendienst. Hier regent het vragen en klachten. Wanneer je deze input verwerkt in je content wordt het echt helpfull!

Een ander deel van deze menselijke ervaring is de uniciteit van jouw bedrijf. Wat doen jullie anders dan de concurrent? Dit onderscheidende vermogen geldt alleen voor jullie bedrijf. Dit inbrengen zorgt voor een stukje uniciteit/authenticiteit.

Een andere mooie manier is het inbrengen van voorbeelden van veel gestelde vragen of van cases. Dit is de content waar je bezoeker blij van wordt!

4. MAAK JE CONTENT LEESBAAR

De standaard SEO-teksten zijn gemaakt voor zoekmachines, niet voor mensen. Ze zijn daarom vaak slecht leesbaar. Helpfull content is wel gemaakt voor bezoekers. Dit betekent dat online leesbaarheid van je content zeer belangrijk is.

HIER EEN AANTAL TIPS:

- Hanteer 'dunne' alinea's, liefst niet meer dan drie à vier regels
- Gebruik informatieve kopjes en tussenkopjes
- Houd zinnen kort (circa vijftien woorden)
- Gebruik alleen interne links als ze super relevant zijn
- Zorg dat je contentvlak niet langer is dan circa 600 pixels
- Breek teksten met afbeeldingen of video's
- Zorg voor een nette inhoudsopgave met interne linkjes
- Minimaliseer afleiding
- Een slider is oké, maar laat hem niet bewegen

Ben jij er klaar voor om het roer om te gooien?

CHECK JE EIGEN CONTENT:

- Biedt jouw content originele en unieke informatie die elders niet te vinden is?
- Geeft jouw content een uitgebreide beschrijving van het onderwerp?
- Is de content op jouw website iets wat je zelf zou delen en aanbevelen?
- Is de inhoud geschreven of beoordeeld door een expert of iemand met aantoonbare kennis van het onderwerp?
- Toont je inhoud duidelijke expertise uit eerste hand, gebaseerd op daadwerkelijk gebruik van een product of dienst?
- Zal iemand na het lezen van je content het gevoel hebben dat ze voldoende over een onderwerp hebben geleerd om hun doel te bereiken?
- Is jouw content primair gericht op lezers en gebruikers, en niet op zoekmachines?
- Is de lengte van je pagina's niet gebaseerd op een vast aantal woorden?
- Voor velen is het nu tijd om je oude standaard SEO-content te transformeren naar helpfull content!

Op zoek naar nieuwe droomklanten?

Scan de QR-code en start
vandaag met 25 gratis
top leads!



Mag ik commercieel voor u bellen?

DOEL?

U een-op-een ondersteunen in uw acquisitie en volledig te ontzorgen in uw marktbenadering. Om u, zoals wij dat noemen, verkoopontspanning te bieden.

Een Personal Sales Assistant (PSA) is een professionele, commercieel georiënteerde verkoopassistent. De PSA heeft het doel u een-op-een te ondersteunen in uw acquisitie en een constante stroom aan nieuwe afspraken te genereren.

Met behulp van het DATA-collectief en Website-Leads worden interessante prospects geselecteerd en benaderd.

REGEL UW EIGEN PSA!
SCAN DE QR-CODE



www.psaprof.nl
0800-7727763





Rob Voss in opdracht van
JJP (Jeroen Jazet Producties)

ROB VAN LIESHOUT

www.robpresenteert.nl

DURF JIJ JOUW PODIUM TE PAKKEN?

Als kind was ik al gefascineerd door het podium. Dat kwam omdat mijn vader tijdens de Vastelaovend optrad. Ik vond het geweldig om te zien hoe hij op het podium stond en plezier had met zijn vrienden en het publiek. Dat wilde ik ook! Echter, één negatieve ervaring bij mijn eerste spreekbeurt gooide roet in het eten en zorgde ervoor dat ik jarenlang alles wat met presenteren te maken had ontweek.

EERSTE SPREEKBEURT

Toen ik in de vierde klas zat (nu groep 6), mocht ik mijn eerste spreekbeurt houden. Ik had er zin in. Ik wist ook meteen waarover mijn spreekbeurt moest gaan: Curaçao! Mijn tante woonde destijds op het eiland en dat vond ik als kind fascinerend.

Ik verzamelde informatie, schreef mijn tante een brief en vroeg haar om wat spulletjes op te sturen die ik dan kon laten zien. En zo geschiedde.

Ik was klaar voor mijn eerste spreekbeurt. Met kriebels in mijn buik begon ik. En toen ging het mis. Wat er precies gebeurde, weet ik niet meer, maar ik herinner me wel dat ik werd uitgelachen door klasgenootjes terwijl ik daar mijn verhaal stond te doen. Alle kriebels die ik vooraf voelde, veranderden in buikpijn. Ik bloosde en kreeg een enorm rood hoofd. Het liefste zakte ik door de grond en wilde ik weggaan.

In de daarop volgende pauze werd ik weer uitgelachen door diezelfde klasgenoten. Dat was de druppel. Ik liep weg van school.

Lang verhaal kort: Deze ervaring zorgde er bij mij voor dat ik spreken voor een groep het liefst vermeed. Elke vorm van presenteren en voor een groep staan ging ik als het even kon uit de weg.

HET PODIUM OP

Toch won uiteindelijk de drang naar het podium het van mijn spreekangst. Ik verzamelde een groep vrienden om me heen en samen maakten we onze eerste act. Op mijn negentiende maakte ik uiteindelijk mijn debuut op het grote podium van Schouwburg Venray. Het ging goed. Het zelfvertrouwen groeide en uiteindelijk heb ik nog honderden keren het podium beklommen. Sterker nog, inmiddels heb ik van presenteren mijn beroep gemaakt. En daar ben ik nog steeds erg blij mee en ook erg trots op.

JE BENT NIET DE ENIGE

Vind jij het ook spannend of misschien wel eng om (jezelf) te presenteren? Weet dan dat je echt niet de enige bent!

Wil jij zelfverzekerder en krachtiger jouw verhaal kunnen doen?

Wil jij interactie creëren tijdens jouw presentatie? Met een vleugje humor en luchtigheid jouw publiek meenemen in jouw verhaal?

Tijdens mijn trainingen, workshops en coachtrajecten werken we samen aan het ontwikkelen van je eigen presentatiestijl. En als het jou lukt om authentiek en met passie je verhaal te vertellen ... dan is dat altijd goed.

Daarnaast help ik vanuit mijn rol als dagvoorzitter met het design en opbouw van jouw bijeenkomst, feest of seminar. Altijd met het doel om het publiek te boeien!

Groet,

Rob



ZAKENAUTOTESTDAG NOORD-LIMBURG BUSINESS 2024

37



ELEKTRISCH EN HYBRIDE RIJDEN DOMINEERT

Op donderdag 27 juni vond de jaarlijkse zakenautotestdag van Noord-Limburg Business plaats. Ook tijdens deze editie waren de elektrische en hybride auto's zeer goed vertegenwoordigd.

Op een van de weinige echte zomerdagen van juni kwamen vertegenwoordigers van de dealers en de testrijders bijeen bij Van der Valk Hotel Venlo. Na een goed verzorgde lunch maakte het gezelschap een tussenstop bij Dekkers Business Bikes, waar de deelnemers tijdens een presentatie en een rondleiding kennismaakten met mobiliteitsoplossingen voor de zakelijke markt. De volgende pitstop was bij Supply Chain Valley, waar een presentatie over dit logistieke samenwerkingsverband werd gehouden. De laatste tussenstop was bij Zaal Zeven in Venray.

Noord-Limburg Business kijkt samen met de dealers, de testrijders en de uiterst gastvrije locaties terug op een zeer geslaagde dag. In de testverslagen lees je hoe de auto's gepresteerd hebben.

DE TESTRIJDERS

Keizersgracht Ray	Alyssa Vos
Keizersgracht Ray	Mourad el Barqi
Elastic Web	Mark Corneth
EP: Tummers	Wesley Coenen
Mobiel Connect	Alwin Sahr
Feitenkennis	Bram Kilsdonk
Brevine	Yvo Heitling
Noen! Management	Edward Verheijen





DEALERS

Mengelers Automotive Venlo: Rob Tillmans en Tony Geestman
Tesla Netherlands: Leroy Klomp
Smeets Autogroep: Gerben van Beek
Wealer: Dennis Aerts, Albert Rodenburg en Jeroen Janssen





EQS Limosine

Elektrisch. Vormgegeven door Mercedes-Benz





SMART #3 BRABUS

DEALER: SMEETS AUTOGROEP AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: GERBEN VAN BEEK

MARK CORNETH:

"Dit is een verbetering ten opzichte van het vorige model; sportiever en completer. De smart is netjes afgewerkt, het interieur is clean en modern. De 'one pedal drive' is erg gevoelig, vooral op de snelweg. De wegligging is lekker strak, de smart presteert goed en is snel. De elektronische functies lijken het beste wat er op de huidige markt te krijgen is, alles is via het scherm te besturen. De snelheid waarmee het scherm reageert is bijzonder, net als de dodehoekcamera."

EDWARD VERHEIJEN:

"Een verrassende look; sportief, eigentijds en volwassen, kortom een stoere verschijning. De afwerking is tegelijk degelijk en innovatief, het voelt allemaal robuust aan. Het interieur is geheel in lijn met de buitenkant,

sportief en goed afgewerkt. De smart biedt voldoende opbergruimte, alleen in de middenconsole is dat wat minder het geval. De bagageruimte is prima, conform verwachting. De auto combineert een soepele besturing en een strakke wegligging. De elektronische functies zijn gemakkelijk te bedienen, gebruiksvriendelijk maar de menu's zien er op de een of andere manier toch speels uit."

ALYSSA VOS:

"Het design is super, met een juist evenwicht tussen rustig en druk. De afwerking en de kwaliteitsbeleving zijn goed, het interieur is prachtig, het zitcomfort is ook goed. De ruime opbergmogelijkheden maken van de smart een gezinsauto. Besturing en wegligging zijn in orde. De prestaties zijn prima, de elektronische functies zijn compleet. Opval-

lend vind ik dat je de snelheid in het raam kunt aflezen. De prijs is normaal, de smart is volgens mij een 9+ waard."

WESLEY COENEN:

"Het design is heel mooi en zijn rode kleur maakt het plaatje compleet. De afwerking en de kwaliteitsbeleving zijn degelijk, alles voelt soepel aan. De smart is ook binnenin goed uitgerust met onder andere een mooi middenconsole en rode accenten. Het zitcomfort is degelijk, de opbergmogelijkheden ruim voldoende. De besturing en wegligging zijn goed, maar niks bijzonders. Dat geldt ook voor de prestaties, soepel maar niet speciaal. Het display is mooi, misschien nog wat onwennig, maar de auto is rijk uitgerust met elektronische functies."

SPECIFICATIES

Merk:	smart
Model:	#3
Uitvoering:	Brabus
Vermogen:	428 pk
Verbruik:	17,6 kWh/100 km

Ledig gewicht:	1910 kg
Inhoud laadruimte:	370-1160 l
Vanafprijs (excl. btw):	€42.062
Prijs testauto (excl. btw):	€42.062
Leasetarief vanaf (excl. btw, 48 mnd., 20.000 km/jaar):	€731





MERCEDES-BENZ EQS 450+ BUSINESS LINE

DEALER: SMEETS AUTOGROEP

BRAM KILSDONK:

"Top design, luxe uitstraling, echt chic. De afwerking is netjes, de interieursfeer prachtig. Het zitcomfort is heerlijk, ook achterin zit je goddelijk. Ik kom superlatieven tekort, de bagageruimte is super, besturing en wegligging perfect en hetzelfde geldt voor motor en prestaties. De auto heeft veel opties en dan moet je soms lang zoeken, dat is misschien een minnetje. Verder helemaal niks op aan te merken."

MOURAD EL BARQI:

"De auto oogt strak en zakelijk, de afwerking is subliem en het interieur is prachtig vormgegeven. Het zitcomfort is superieur, besturing en wegligging zijn perfect, ik

heb het gevoel dat ik woorden tekort kom. De elektronische functies zijn fantastisch en logisch in elkaar gezet. De Mercedes is zijn geld helemaal waard; elke euro is goed besteed en dus kan ik er niet anders dan een 10 voor geven."

ALWIN SAHR:

"De auto heeft een zakelijke maar zeer luxe uitstraling. Mercedes laat met deze auto zien wat het summum in afwerking is. Ook het interieur straalt luxe en rust uit. Het is een ideale reisauto, het zitcomfort is groot en je hebt een zee aan ruimte. Ik vind de auto comfortabel geveerd en de besturing werkt soepel, de prestaties passen bij grootte en gewicht van de auto. Mercedes heeft zeer

veel elektronische snuffjes in de auto ingepast, sommige zijn heel goed, andere wat minder. Ik vind de prijs in overeenstemming met de kwaliteit."

YVO HEITLING:

"Een geweldig design, een sportieve uitstraling en zowel binnen als buiten mooi afgewerkt. Het zitcomfort en het ruimteaanbod is helemaal top, de besturing en de wegligging zijn geweldig. De auto is super snel. Opvallend is de meebewegende achteras, waardoor de draaicirkel klein blijft. De auto is geweldig en dat merk je ook in de prijs. Comfort en uitstraling zijn voor mij bepalend, ik geef een 9,5."



SPECIFICATIES

Merk:	Mercedes-Benz
Model:	EQS
Uitvoering:	450+ Business Line
Vermogen:	333 pk
Verbruik:	16,9 kWh/100 km

Ledig gewicht:	2380 kg
Inhoud laadruimte:	610-1770 l
Vanafprijs (excl. btw):	€81.157
Prijs testauto (excl. btw):	€92.669
Leasetarief vanaf (excl. btw, 48 mnd., 20.000 km/jaar):	€1348



TESLA MODEL 3 PERFORMANCE

DEALER: TESLA MOTORS NETHERLANDS AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: LEROY KLOMP

YVO HEITLING:

"Mooie strakke lijnen en een sportief uiterlijk. Ik vind daarentegen de binnenkant eerder wat sober. Het zitcomfort is heerlijk en het ruimteaangebod heeft me positief verrast; je hebt veel meer ruimte dan gedacht. Datzelfde geldt voor de bagageruimte en de opbergmogelijkheden, zowel voor als achter. De besturing en wegligging zijn prima. De auto is echt bizar snel, dat valt echt op en Tesla loopt ook voorop in de vele elektronische functies, heel mooi. De prijs-kwaliteitverhouding vind ik prima, eigenlijk relatief betaalbaar voor wat je krijgt. Voor mij een dikke 8."

MARK CORNETH:

"Deze model 3 is sterk verbeterd ten opzichte van zijn voorganger, veel sportiever. Zoals je van Tesla bent gewend, is alles netjes afge-

werkt. Het interieur is clean en modern, de auto geeft je een plezierig ruimtelijk gevoel, alhoewel ik de kuipstoelen iets te krap vind zitten. De wegligging is lekker strak, maar de 'one pedal drive' voelt erg gevoelig, zeker op de snelweg. De software is wat mijn betreft de beste ter wereld; alles is via je scherm te besturen en je snelheid wordt in je scherm weergegeven. De dodehoekcamera en de 'knopjes' in je scherm zijn plezierige extra's."

EDWARD VERHEIJEN:

"Ik vind de Model 3 sportief en zelfs een tikje futuristisch. Het interieur oogt in eerste instantie sober, geen poespas. De techniek achter het display is mooi en compenseert die eenvoud. De bagageruimte is voldoende om met zijn tweeën vakantie te vieren. De besturing, wegligging en remmen zijn stevig, de

vering is in de comfortstand heel goed. De 4x4 aandrijving is fijn, de auto levert verrassende prestaties. De elektronische functies zijn voor deze prijs categorie bovengemiddeld goed."

WESLEY COENEN:

"Gewoon weer een mooie en strakke auto, minimalistisch maar goed. Dat vind je ook in de afwerking en het interieur terug. Ook de elektronische functies zijn minimalistisch, zelfs de knipperverlichting bedien je via het stuur en dat is even wennen. De Tesla is ruim, de zit is sportief, de bagageruimte past bij dit model. De wegligging is goed en de vering is in hardheid in te stellen. Opvallend vind ik het vele glas en daardoor het mooie licht in de auto. Wat een performance, dit werkt gewoon verslavend en de prijs is helemaal oké."

SPECIFICATIES

Merk:	Tesla	Gemonteerde opties:	Performance
Model:	Model 3	Vanafprijs (excl. btw):	€34.702,50
Uitvoering:	Performance	Prijs testauto (excl. btw):	€47.099,20
Vermogen:	480 pk	Leasetarief vanaf (excl. btw, 48 mnd., 20.000 km/jaar):	€697
Verbruik:	16.9 kWh/100 km		
Ledig gewicht:	1829 kg		



DE NIEUWE TOYOTA C-HR (PLUG-IN) HYBRID

Leverbaar v.a. € 35.995 of € 485,- p/mnd*



DE NIEUWE TOYOTA PRIUS PLUG-IN HYBRID

Leverbaar v.a. € 44.695 of € 619,- p/mnd*



TOYOTA INNOVATIES IN TOPVORM MET EEN ELEKTRISCHE ACTIERADIUS TOT WEL 75 KM

* Toyota Financial Services leasetarief per maand o.b.v. Toyota Private (Flex)Lease, 72 mnd, 5.000 km/jaar, wegenbelasting in provincie Gelderland en BTW, en excl. brandstof • Tarieven kunnen afwijken bij gekozen uitvoering, wijziging van opties, looptijd, kilometrage en gewicht • Meerkilometerprijs varieert tussen € 0,03 en € 0,19 per km, exacte prijs staat vermeld op de offerte • (Actie)voorwaarden van toepassing • Toetsing en registratie BKR • (Prijz)wijzigingen en typefouten voorbehouden.



MENGELERS AUTOMOTIVE LIMBURG

Landgraaf - Maastricht - Sittard - Roermond - Venlo

www.mengellers.nl

We ♥ PrintMedia



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

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

 **BalMedia**



TOYOTA PRIUS PLUG-IN HYBRID

DEALER: MENGELERS AUTOMOTIVE VENLO AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: TONY GEESTMAN

BRAM KILSDONK:

"Wat meteen opvalt, is het strakke design; veel mooier dan zijn voorganger. De afwerking en de kwaliteitsbeleving zijn prima, de interieursfeer is simpel maar functioneel. Het zitcomfort is beter dan verwacht. Besturing en wegligging zijn goed, de prestaties zijn prima."

MOURAD EL BARQI:

"Het design is strak en modern, de afwerking is prima. De interieursfeer is goed, maar ik vraag me af hoe dat er in het donker uitziet. Het zitcomfort klopt. De besturing

en de wegligging zijn goed, de auto remt uitstekend. De elektronische functies zijn subliem. De prachtige kleur van de auto vind ik opvallend."

MARK CORNETH:

"De Prius heeft een moderne uitstraling en wat me meteen opvalt, zijn de fysieke knoppen. Dat vind ik prettig. De afwerking en de kwaliteitsbeleving voelen redelijk aan. Het zitcomfort en het ruimteaanbod vind ik wat aan de kleine kant. De remmen voelen niet lekker, alsof de auto niet echt snel tot stilstand wil komen. Dat brandstofmotor vind ik

daarentegen wel lekker, zeker wanneer je een keer lekker fors in de toeren wilt rijden."

ALYSSA VOS:

"Het design spreekt me niet aan, misschien beter geschikt voor de wat oudere generatie? Van de afwerking had ik ook meer verwacht en het interieur vind ik oubollig. De ruimte en het zitcomfort zijn ruim voldoende, datzelfde geldt voor de bagageruimte. De besturing en wegligging zijn goed, de motor maakt volgens mij in de hybride stand veel geluid."

45

SPECIFICATIES

Merk:	Toyota
Model:	Prius Plug-In Hybrid
Uitvoering:	Executive
E-actieradius:	60-75 km
Cilinderinhoud:	1987 cm ³
Vermogen:	223 pk
Transmissie:	CVT Automaat
Verbruik:	0,7 l/100 km (Plug-In) / 1 op 20 (Hybride)
CO ₂ -uitstoot:	0-16 g/km

Ledig gewicht:	1.530 kg
Inhoud laadruimte:	465 l
Gemonteerde opties:	Panoramadak, verwarmbaar stuurwiel, draadloos apple carplay/android auto
Vanafprijs (excl. btw):	€35.767,77
Prijs testauto (excl. btw):	€49.120
Fiscale waarde ex. btw:	€40.708
Leasetarief vanaf:	€688,16 (excl. btw, 48 mnd., 20.000 km/jaar)





TOYOTA C-HR HYBRID 200 GR SPORT

DEALER: MENGELERS AUTOMOTIVE VENLO **AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** ROB TILLMANS

BRAM KILSDONK:

"Als ik de resultaten voor deze auto samenvat, kan ik kort zijn. De C-HR is sportief, heeft een goed design, is strak en lijkt eenvoudig maar bijzonder vormgegeven, heeft een mooie headupdisplay, levert goede en sportieve prestaties en is zijn geld meer dan waard."

ALWIN SAHR:

"De C-HR is eigennuttig en modern ontworpen. De auto is goed afgewerkt, al is het interieur iets minder flamboyant dan de buitenkant. Het comfort is goed en de auto rijdt prettig. De bagageruimte is ruim voldoende. Op de besturing en wegligging is niets aan te merken, de prestaties zijn goed. Ik was positief verrast over de prijs, je krijgt veel waarde voor relatief weinig geld."

merken, de prestaties zijn goed. Ik was positief verrast over de prijs, je krijgt veel waarde voor relatief weinig geld."

EDWARD VERHEIJEN:

"Opvallend, onderscheidend en eigennuttig: zo ziet de Toyota C-HR er in mijn ogen uit. De afwerking is degelijk, de beleving is sportief en innovatief. Dat geldt ook voor het interieur, sportief en comfortabel. Het zitcomfort is goed, er is voldoende ruimte voor een gezin. Besturing en wegligging zijn solide, je voelt je veilig en comfortabel. De aandrijving is bijzonder; er is geen 'overschakeling' en dat is even wennen, maar best aangenaam. Mijn eindcijfer is een 8."

YVO HEITLING:

"De uitstraling is sportief en de lijnen zijn strak. De afwerking is hoogwaardig en ook in comfort scoort de C-HR goed. De interieursfeer klopt ook, het dashboard is mooi. Het zitcomfort is matig, ik ben met 1.95 meter lang en dat geeft problemen. De besturing en de wegligging zijn heel goed en datzelfde geldt voor de prestaties van de motor en de versnellingsbak. De elektronische functies zijn ook goed, alhoewel de 'zelfrijden'-functie wel even wennen is. Deze Toyota barst van de technische functies, het merk loopt er in voorop."



SPECIFICATIES

Merk:	Toyota
Model:	C-HR
Uitvoering:	Hybrid 200 GR SPORT Première Edition
Cilinderinhoud:	1.987 cm ³
Vermogen:	197 pk
Transmissie:	CVT

Verbruik:	4,8 l/100 km of kWh
CO₂-uitstoot:	111 g/km
Ledig gewicht:	1450 kg
Inhoud laadruimte:	364-428 l
Vanafprijs (excl. btw):	€30.438
Prijs testauto (excl. btw):	€44.295
Leasetarief van af:	€821,54 (excl. btw, 48 mnd., 20.000 km/jaar)



ŠKODA ENYAQ 80 SPORTLINE

DEALER: WEALER AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: ALBERT RODENBURG

WESLEY COENEN:

"Mooi, groot en sportief. Het resultaat is een auto die je een degelijk gevoel geeft. Ook het interieur past daar bij, luxe materialen, het ziet er allemaal rijk uit. Het zitcomfort is goed, je zit lekker in de kuipstoelen en de bagageruimte is groot. De wegligging is ondanks zijn hoogte verrassend goed. De prestaties zijn uitstekend, de motor levert meer dan voldoende tractie. De prijs-kwaliteitverhouding is goed; je krijgt bij de Škoda Enyaq erg veel auto voor je geld. Meer dan genoeg voor een gezin met toebehoren."

ALYSSA VOS:

"Mooi design, maar ik vind dat het streven naar mooi soms ten koste gaat van effici-

ency. Neem bijvoorbeeld het interieur. Het stuur is bezaaid met allerlei functies en dat zorgt voor een drukke uitstraling. De kwaliteitsbeleving is uitstekend, de Škoda doet niet onder voor veel collega's. Het zitcomfort is ook erg goed, handig dat je met een 'onthoudmodus' de zit kunt instellen voor wisselende chauffeurs. De auto is ruim, je kunt er eenvoudig veel bagage in kwijt. Besturing en wegligging zijn prettig en de prestaties zijn goed."

MOURAD EL BARQI:

"Een sportief design; de Škoda is zowel binnen als buiten prima afgewerkt. De auto geeft een plezierig ruimtelijk gevoel."

Wegligging, remmen en vering zijn voldoende, prestaties zijn prima en de auto rijdt lekker licht."

ALWIN SAHR:

"Škoda levert een verrassend design, mooi afgewerkt met carbon strips. Het interieur is ruim en prettig. Het zitcomfort is goed, de auto biedt voldoende ruimte voor en achter. De bagageruimte is bovengemiddeld groot, ik denk dat er gemakkelijk ruimte is voor twee golfassen. De prestaties zijn goed, geen franje, gewoon goed, het mocht misschien wel wat pittiger. Ik vind de prijs redelijk scherp. Als je veel ruimte nodig hebt, dan ben je met deze auto aan het goede adres, een 8,5."

SPECIFICATIES

Merk:	Škoda
Model:	Enyaq
Uitvoering:	80 Sportline
Vermogen:	204 pk
Verbruik:	15.3-15.7 kWh/100 km
Ledig gewicht:	2011 kg

Inhoud laadruimte:
Gemonteerde opties:
Vanafprijs (excl btw):
Prijs testauto (excl btw):

Leasetarief vanaf:

585-1.710 l
Alarm en metaallak
€34.615 Enyaq 50 Selection
€44.545. Deze specifieke auto kost nu: €41.190
€680 (€590 bij 60 mnd/10.000 km)
(excl. btw, 48 mnd., 20.000 km/jaar)





VOLKSWAGEN ID.7

DEALER: WEALER AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: DENNIS AERTS

MARK CORNETH:

"Futuristisch, dat mag je wel zeggen van de ID.7. De auto is netjes afgewerkt en er is gebruik gemaakt van luxe materialen. De sfeer is die van een familieauto, mooi met blauw stiksel en het opvallend grote scherm is niet storend. De auto is ruim en alles is overzichtelijk geplaatst, er zijn veel opbergruimtes, ook voorin. De ID.7 is een echte Volkswagen, goed, maar niet opzichtig. Dat geldt ook voor de besturing en wegligging, het klopt allemaal. De motor koppelt snelle acceleratie aan een groot bereik. Opvallend zijn de massagestoelen en de heads-up display."

ALYSSA VOS:

"Een rustig design in de juiste verhoudingen, dat is een goede start. De afwerking is goed,

het interieur lekker knus, een beetje het effect van een woonkamer. Het zitcomfort krijgt door de massagestoelen een enorme boost. De bagageruimte is ruim. Over besturing, wegligging, motor en prestaties en de elektronische functies kan ik kort zijn: perfect, kan niet veel beter. Volgens mij klopt de verhouding tussen prijs en kwaliteit wel, wat mij betreft een 10."

EDWARD VERHEIJEN:

"Het uiterlijk van de ID.7 is verrassend, sportief, eigentijds, eigenlijk gewoon een stoere verschijning. De afwerking is degelijk en innovatief. De kwaliteitsbeleving voelt robuust aan. De afwerking is goed, passend bij wat je aan de buitenkant ziet. Het zitcomfort is comfortabel en sportief; er is voldoende opbergruimte, conform verwach-

ting. De auto kent een strakke wegligging en stuurt soepel. De motor en de prestaties zijn goed, het rijbereik is groot. Het scherm biedt gemakkelijke en gebruiksvriendelijke menu's. De elektronische functies zien er 'speels' uit, maar dat past volgens mij ook bij het merk."

WESLEY COENEN:

"Ik vind het design mooi en de auto oogt ondanks zijn grootte toch sportief. De afwerking is goed, de kwaliteitsbeleving degelijk. Opvallend in het interieur is het grote display. De zit is goed, zeker ook door de massagestoelen. Ik denk dat de bagageruimte wat kleiner lijkt door de aflopende achterstijlen. De ID.7 stuurt goed en ligt strak op de weg. Ook de prestaties zijn prima, hij rijdt lekker vlot en de auto is zeer compleet uitgerust met veel elektronische mogelijkheden."



SPECIFICATIES

Merk:	Volkswagen
Model:	ID.7
Uitvoering:	Pro Business
Cilinderinhoud:	77 kWh accupakket
Vermogen:	286 pk
Verbruik:	14,2 kWh/100km
Ledig gewicht:	2172 kg
Inhoud laadruimte:	532-1586 l

Gemonteerde opties:	Warmtepomp voor actieradiusoptimalisatie, trekhaak elektrisch uitklapbaar, oplaadkabel 230V
Vanafprijs (excl. btw):	€47.926
Prijs testauto (excl. btw):	€52.169
Leasetarief vanaf:	€899 (excl. btw, 48 mnd., 20.000 km/jaar)



AUDI Q4 E-TRON

DEALER: WEALER AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: JEROEN JANSSEN

BRAM KILSDONK:

"Over het design en de uitstraling van de auto kan ik kort zijn: mooi en groot. Het interieur is prachtig en het zitcomfort is uitstekend. De Audi heeft een grote kofferbak, de ruimte achterin is royaal. De auto ligt fijn op de weg, opvallend zijn de snelle acceleratie en de vele opties. Vooral de cruise control is lekker. Ik vind de Audi beter dan ik had verwacht en ook goedkoper dan ik dacht. Ik zou voor deze auto kiezen voor de combi van prijs, de vele opties en de elektrische aandrijving, mijn rapportcijfer is een 8."

YVO HEITLING:

"Een Audi ziet er eigenlijk altijd wel strak uit, alhoewel ik dit model een beetje hoekig vind. Van binnen mooi en goed afgewerkt, al lijkt

het stuur voor mijn gevoel wat minder stevig dan in andere Audi's. Het zitcomfort is prima en zelfs met mijn lengte heb ik genoeg ruimte. De besturing en de wegligging zijn perfect, de auto reageert meteen op elke actie, is snel en natuurlijk vrijwel geluidloos. Ik heb me maar kort in de elektronische functies verdiept, maar wat ik gebruikte functioneerde foutloos, vooral het afremmen op de motor vond ik prettig. De algemene indruk is dus zeer positief en ook de prijs viel enorm mee."

ALWIN SAHR:

"Dit is een mooie en moderne SUV. Audi staat garant voor een strakke afwerking en daar is de Q4 een goed voorbeeld van. De interieursfeer is fijn, ook hier is de kwaliteitsbeleving groot, maar misschien waren wat extra 'tier-

lantijntjes' mooi geweest. Het zitcomfort is goed, je zit lekker hoog en dat zorgt voor een goed overzicht. De stoelen zijn uitstekend, de bagageruimte is ruim voldoende. De strakke besturing en de sportieve vering zorgen ervoor dat je eerder het gevoel hebt in een limousine te rijden dan in een SUV. De prestaties zijn goed, maar iets meer vermogen zou mooier zijn geweest."

MOURAD EL BARQI:

"Het design en uitstraling zijn strak en sportief, de afwerking is top, het interieur is praktisch ingericht en het zitcomfort is prima. De Audi rijdt goed, stuurt direct en soepel, de prestaties zijn subliem en de elektronische functies goed. De prijs-kwaliteitsverhouding is prima, voor mij is dit een 9,5."

SPECIFICATIES

Merk:	Audi
Model:	Q4 e-tron
Uitvoering:	S-edition
Vermogen (pk):	204
Verbruik:	17,6 kWh/100km
Ledig gewicht:	2025 kg
Trekgewicht (geremd):	1000 kg

Gemonteerde opties:

Vanafprijs (excl. btw):	VW6 - PYA Comfortpakket,
Prijs testauto (excl. btw):	Q9 Lichtpakket plus ambient light,
	4ZP Optiepakket zwart plus,
	€40.558
	€45.322 (Audi Q4 e-tron S edition
	demo)
	nú leasedeal: van €829 voor €784
	(excl. btw, 60 mnd., 15.000 km/jaar)

Leasetarief vanaf:





Cupbrothers is dé naam waarop je kunt vertrouwen als het gaat om duurzame en hoogwaardige cups voor allerlei gelegenheden. Wij zijn gespecialiseerd in het leveren van cups voor diverse gelegenheden, variërend van levendige evenementen en bruisende horecagelegenheden tot gemeentelijke evenementen. We bieden een variatie cups die je zowel kunt huren als kopen. Het assortiment stelt je in staat om te kiezen uit PC Clear en PP cups in verschillende maten.

De voordelen:

- **Bezorgen en halen**
Wij zorgen voor de logistiek
- **Duurzaam**
Zero waste, geen afval meer
- **Personaliseren**
Bedrukking in alle vormen en maten mogelijk

Betaalbaarste van Nederland:

- Scherpe prijzen
- Op maat gemaakte offerte
- Snel schakelen, ook in de avond en weekenden

EN... Wij doen de afwas!



**Benieuwd naar de mogelijkheden? Neem dan vrijblijvend contact met ons op.
www.cupbrothers.com - info@cupbrothers.com**



Vlnr.: Sander Oudenhoven, Rachelle van der Brug, Marivonne van Kralingen, Rob de Hair.

ADVOCATEN MET ONDERNEMERS- BLOED

VOOR DE ZAAK ADVOCATEN IS EEN GESPECIALISEERD
ADVOCATENKANTOOR IN ARBEIDSRECHT EN
ONDERNEMINGSRECHT

WAT KLANTEN OVER ONS ZEGGEN:

"ZE SPREKEN EN
VERSTAAN DE
TAAL VAN DE
ONDERNEMER."

"DE SFEER IS OPEN,
VRIENDELIJK EN EERLIJK."

"ZEER GEDREVEN
EN KUNDIG!"

"ZE DENKEN IN
OPLOSSINGEN
VOOR DE LANGE
TERMIJN."

"DESKUNDIG,
PROACTIEF EN
DENKEN MET JE
MEE."

"ZIJ MAKEN ÉCHT HET
VERSCHIL, GEEN ENKELE
TWIJFEL."



BOEIEND PRESENTEREN

HOE HOUD JIJ DE AANDACHT GEVANGEN?

TRAINING ✓
WORKSHOP ✓
COACHING ✓

ROB
PRESENTEERT

ROBPRESENTEERT.NL