

BUSINESS

ONDERNEMERSPLATFORM VOOR DE FOODVALLEY REGIO



**WEL ADVIES
MAAKT HET VERHAAL ACHTER
DE CIJFERS INZICHTELIJK**

**FOV REGIO FOODVALLEY:
'WE MOETEN BEDRIJVEN HANDELINGS-
PERSPECTIEF BIJEN'**

**QSTA: 'WE WILLEN HÉT EUROPESE
PLATFORM WORDEN IN FOOD'**

BMV
Zoonen
Bedrijfsmakelaars
0318 270 000



MAURITS
≡ KAZERNE ≡

JOUW VERGADERING COMBINEREN MET EEN UNIEKE FOODBELEVING?



Op zoek naar de perfecte break of afsluiter van je vergadering? Kom proeven in de Mauritskazerne! Stap in één van de meest inspirerende demo-keukens van Nederland en ga op een bijzondere reis in de wereld van ons eten. Geniet van een vergadertasting, creëer je eigen foodbeleving of geniet van een 360-graden tasting experience. Luister, kijk, voel en proef; alle zintuigen worden geprikkeld.

BOEK NU JOUW TASTING EXPERIENCE →





IMPACT

De zomer is weer voorbij en sinds Prinsjesdag weten we ook wat ons te wachten staat wat betreft de plannen van het (nieuwe) kabinet. Het moet blijken wat voor impact de plannen uiteindelijk op het bedrijfsleven gaan hebben.

Voor deze nazomerse uitgave gingen we op bezoek bij Laszlo Welker en Ronald van Donkelaar van WEL Advies. Ze profileren zichzelf als 'de ontcijferaars voor het mkb' en geven frappante voorbeelden van hoe ondernemers profijt trekken van verhelderende informatievoorziening.

FOV Regio Foodvalley komt ook nadrukkelijk aan bod. Hoe cruciaal een groot, georganiseerd collectief (van acht lokale bedrijventerreinen) is, blijkt uit de voorbeelden die de net aangestelde voorzitter Wim Werkman en zijn voorganger Willem Kuijsten aanhalen.

We spraken ook onder anderen met Mark Kornet, directeur Food Logistics bij QSTA. Verser, sneller, makkelijker en lokaler. Dat is de belofte die online versmarkt QSTA doet aan foodprofessionals in uiteenlopende markten. En die formule blijkt te voorzien in een behoefte, getuige de snelle groei in de afgelopen twee jaar.

Veel leesplezier!



Zakenmagazine voor de FoodValley regio

JAARGANG 40
Oktober 2024 editie 4

REDACTIE ADRES

MVM Productions BV, 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 (REDACTIONEEL)

Guus Hetterscheid

REDACTIE BIJDAGEN

Aart van der Haagen, Baart Koster,
Wilma Schreiber en Hans Ebersson

FOTOGRAFIE

Aart van der Haagen, Marcel Krijgsman

VORMGEVING / OPMAAK

Ton van Zoest, Joost Franken

DRUK

Bal Media

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE

VM Sales en Support B.V.
Joep van der Linden t: 024-6423449
Kerkenbos 1075H, 6546 BB Nijmegen
Tel. (024) 373 8505, Fax (024) 373 0933
info@vanmunstermedia.nl

ABONNEMENTEN

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

COPYRIGHTS

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

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

© 2023 Overname van artikelen is slechts mogelijk na verkregen schriftelijke toestemming van de uitgever

Abonnees ontvangen 5 keer per jaar het vakblad, toegang tot het volledige archief op www.valleibusiness.nl, 12x per jaar de digitale nieuwsbrief, korting op lezeraanbiedingen Vallei Business, gratis opname bedrijvengids en vacatureservice.

www.valleibusiness.nl

4

- 6 FOV Regio Foodvalley
- 8 De WELingelichte bron
- 11 Innovatieprijs Regio Foodvalley 2024
- 12 FOV Regio Foodvalley: groot collectief is cruciaal
- 14 Samenwerking vereist bij aanpak netcongestie
- 15 Webwinkels en de juiste informatie voor klanten
- 16 Van Munster Media neemt RAN Media over
- 18 Column Financieringsgilde
- 20 Strategisch communiceren voor duurzame groei
- 21 Column Anders Verder
- 22 Dilemma's bij zero-emissiezones
- 24 Wanneer je lichaam weet wat je bewuste brein heeft verstopt
- 25 Als het je hier niet zint, ga je toch lekker weg?
- 26 nlgroeit brengt het mkb verder
- 29 Column Toppaarden Coaching
- 31 Waarom jouw bedrijf ICT met een persoonlijke aanpak nodig heeft
- 33 Column The LiveLab Company
- 34 Crop Corporate Finance
- 36 Familiebedrijven vergroten economische stabiliteit
- 39 MKB Advies Partners
- 40 Bert van Kruistum innoveert werkomgeving met ISO Groep
- 43 Whaling, het gevaar van ceo fraude
- 44 Spectaculaire opening Midden Nederland Hallen
- 48 QSTA: 'We willen hét Europese platform worden in food'
- 52 Transitie Instituut: concreet aan de slag met verandering
- 56 Let op: Google gooit het roer om!
- 58 Altijd willen winnen
- 61 Column MKBTR: 'Ik vraag dit voor een collega'



16



18



22



26



34



STUDENTEN RIJN IJssel VAKSCHOOL WAGENINGEN MAKEN LUNCH MET GERED VOEDSEL VOOR BUURTBEWONERS

De Verspillingsvrije Week ging in september van start. Vanuit het onderwijs in Regio Foodvalley is er veel belangstelling om deel te nemen aan de Verspillingsvrije Week. Op 11 september gingen de studenten van mbo Rijn IJssel-Vakschool Wageningen aan de slag. Zij volgden een masterclass 'koken met gered voedsel' van kok Giel Dons (van Dons catering uit Wageningen).

KOKEN MET GERED VOEDSEL

Twintig eerste studenten (opleiding manager/ ondernemer) en tweedeaars studenten (koksopleiding) maakten verschillende gerechten op basis van restvoedsel. Onder begeleiding van kok Giel Dons en van Hoofd Keuken Guus Weerdenburg gingen de studenten gingen aan de slag met prei, veel courgettes, kaassnijfel, appels en pruimen, bieten, eieren, meel en broodresten. Alles geteeld en geproduceerd in eigen regio. Ze maakten er diverse soepen, hartige pannenkoekjes en taartjes van. Ter plekke werden de gerechten bedacht, omdat het natuurlijk pas op het allerlaatste moment duidelijk is welk restvoedsel er overblijft bij bedrijven. De gerechten werden direct daarna uitgeserveerd als lunch in het restaurant van de vakschool. Oude en nieuwe Wageningers die deelnemen aan het Buddy to Buddy-project en bewoners van AZC's, plus een aantal vaste bezoekers van het restaurant van Rijn IJssel, kwamen samen van de lunch genieten. Voor de studenten was het extra leuk dat ze konden zien en horen wat inwoners van hun gerechten vonden. Wethouder Maud Hulshof uit Wageningen lunchte ook mee: "Het is fantastisch om al deze inwoners en partijen in onze stad hier samen te zien genieten. In Nederland wordt per jaar 2 miljard kilo voedsel weggegooid. Dat is onverteerbaar. Zeker als je kijkt naar wat het kost om voedsel te produceren. Door zoals vandaag op een leuke manier samen te leren hoe het anders kan, veranderen we stap voor stap ons voedselsysteem."

De ecologische telers en producenten van vereniging StreekWaar in de regio hebben de restproducten gul geschonken om deze lunch mogelijk te maken: Graangeluk, Remeker, tuinderij De Stroom, tuinderij Het Lichtveen, tuinderij De Wilde Peen, De Oude Ronde, Van Steenberg, De Gieterij, Ommuurde Tuin. Het Vrijwilligers Centrum en de Meedoenbalie hebben hielpen met de werving van de gasten.



FOODFEST 2024 - DÉ PLEK VOOR INNOVATIE EN IMPACT IN DE VOEDSELSECTOR

Op woensdag 16 oktober, tijdens World Food Day, vindt de eerste editie van FoodFest plaats. Tijdens dit event in de Mauritskazerne op het World Food Center-terrein in Ede komen innovatieve startups, scale-ups, gevestigde bedrijven en investeerders bij elkaar om vernieuwingen in ons voedselsysteem te versnellen. Het is dé plek voor voedselinnovators en frontrunners in agri en food om synergie te creëren in de voedselwereld.

Tijdens FoodFest kijken we naar onverwachte perspectieven en gaan we op zoek naar innovatieve doorbraken in de agri en food met een positieve impact voor mens en planeet. Of je nu opzoek bent naar een investeerder bent, of er juist één bent, of je wilt brainstormen met ervaren ondernemers of gelijkgestemden wilt ontmoeten, dit is het evenement dat jou de kans biedt om waardevolle connecties te maken.

PROGRAMMA

Het programma met diverse masterclasses, speeddates en workshops duurt van 14.00 tot 18.00 uur. Zo organiseren we een speciale editie van StartupRoulette waar we food en agri startups en scaleups gericht matchen met relevante investeerders. FoodX the Netherlands geeft een masterclass over opschalen naar het buitenland. Startups en scaleups zullen hun innovaties en vragen pitchen voor een panel van ervaren business leaders. En diverse bedrijven en organisaties waaronder OostNL, Startlife, NIZO, Labnest en Startup Bootcamp, zullen pitches houden over hun concept en de weg naar succes.

EN DAG VOL INNOVATIE

FoodFest vindt plaats voorafgaand aan de Innovatieprijs Regio Foodvalley. Deze prijs wordt jaarlijks uitgereikt aan innovatieve bedrijven in de Agrifood, Maakindustrie en ICT.

Dus ook in de avond zal het bruisen van innovaties en is het een mooi moment om relevante leads te ontmoeten.

REGISTREER JE NU

Mis deze unieke kans niet en registreer je nu voor FoodFest op 16 oktober op het World Food Center in Ede. Inschrijven doe je via www.foodfest.nl. Wil je ook deelnemen aan de feestelijke avond van de Innovatieprijs Regio Foodvalley? Schrijf je daar dan apart voor in via deze link: <https://www.innovatieprijsregiofoodvalley.nl/>.

REGIONALE WARMTECOÖRDINATOR GESTART

REGIONALE WARMTECOÖRDINATOR

Samen met de samenwerkende gemeenten in Regio Foodvalley staan de woningcorporaties in de regio voor de uitdaging om meer dan 40.000 woningen te bouwen en te zoeken naar milieuvriendelijke en duurzame manieren om onze huizen te verwarmen. Daarom is per 1 juli Annemieke Van Berkel aangesteld als regionale warmtecoördinator. Zij onderhoudt contacten en deelt kennis binnen het regionale netwerk. En ze bewaakt de voortgang van de afspraken uit het regionale Energieprogramma 2024-2026.

MEER WETEN?

Neem dan contact op met Annemieke via annemieke.van.berkel@regiofoodvalley.nl.



EVEN VOORSTELLEN: JABE FABER - THEMATREKKER INDUSTRIE

Per juni 2024 heeft Jabe Faber de rol van Thematrekker Industrie binnen Living Lab Regio Foodvalley Circulair op zich genomen. Als ervaringsdeskundige vanuit bedrijven als Auping en Philips gaat hij vol energie aan de slag met het verbinden van bedrijven, kennisinstellingen, ketens, mensen en processen in de regio Foodvalley.

Naast verbinden zal hij in de komende periode inspirerende events rondom het thema circulaire economie organiseren en het MKB in de regio ondersteunen bij de initiatie van circulaire projecten. Jabe is vastbesloten om thema's zoals het lokaal hergebruiken van afvalstromen, het definiëren van een circulaire fabriek, CSRD, energietransitie op bedrijventerreinen en het ontwerpen van circulaire producten aan te pakken.

Zijn deze thema's relevant voor jou, wil je eens sparren over dit onderwerp of heb je briljante ideeën over de verduurzaming van de maakindustrie? Neem dan contact op via jabe@regiofoodvalleycirculair.nl

MINISTER WIERSMA BEZOEKT REGIO FOODVALLEY

Minister Femke Marije Wiersma van Landbouw, Visserij, Voedselzekerheid en Natuur (LVVN) bracht op 19 augustus een werkbezoek aan Regio Foodvalley. Wiersma liet zich informeren over het fijnmazige meetnetwerk op de kalverhouderij van Wim Brouwer in Barneveld. En zij kreeg een rondleiding op het gemengde bedrijf van Theo Folmer in Lunteren, een biologische pluimveehouderij en melkveehouderij met agroforestry.



Regio Foodvalley staat bekend om innovatieve oplossingen door samenwerking tussen boeren, onderwijsinstellingen en overheden.

In Regio Foodvalley komen landbouwuitdagingen en oplossingen samen. Met een hoge veedichtheid naast een kwetsbaar natuurgebied heeft de regio de focus op landbouw- en natuurherstel. Daarom werd minister Wiersma uitgenodigd om de resultaten en innovatieve praktijken in het gebied te bekijken.

"Vandaag zag ik dat men hier in Regio Foodvalley, die zo belangrijk is voor onze voedselvoorziening, de mogelijkheden van de vele veehouderijen goed weet te benutten. Zo wordt er hier gewerkt met een fijnmazig meetnetwerk waarmee boeren zelf hun emissies kunnen meten en direct maatregelen kunnen nemen. Dit verbetert niet alleen het productieproces, maar geeft hen ook de ruimte om hun bedrijf op eigen wijze en met al hun vakkennis verder te ontwikkelen. De boer staat dus echt aan het roer, en dat vind ik van groot belang.", aldus minister Femke Marije Wiersma.

PRAKTIJKVOORBEELDEN

Op de kalverhouderij van Wim Brouwer, waar 1350 kalveren worden gehouden, speelt innovatie en automatisering een centrale rol. Hierdoor kan Brouwer veel werk zelfstandig doen en bij piekmomenten oproepkrachten inzetten. Brouwer neemt deel aan het meetnetwerk van Regio Foodvalley, waarbij boeren hun emissies meten en zelf maatregelen nemen. Theo Folmer, de achtste generatie op boerderij Oud

Schothorst, heeft duurzaamheid en biodiversiteit hoog in het vaandel staan. Hij heeft een gemengd bedrijf. Hij bezig met de overschakeling naar biologische melkveehouderij. Door slimme bodeminvesteringen haalt hij 15% meer opbrengst van zijn grasland en vermindert hij de afhankelijkheid van krachtvoer op zijn melkveebedrijf. Op zijn biologische pluimveebedrijf hebben 6.000 kippen 2,5 hectare uitloopgebied vol bomen en struiken, onderdeel van zijn agroforestry-systeem, wat bijdraagt aan een gezondere bodem en hogere biodiversiteit.

Wethouder Jan Pieter van der Schans (Ede), bestuurlijk verantwoordelijk voor het thema Landelijk gebied in Regio Foodvalley; "Fijn dat minister Wiersma snel naar onze regio is gekomen. We hebben laten zien dat boeren met behulp van ons meetnetwerk hun boerenvakmanschap weer centraal kunnen stellen. We willen dit netwerk graag verder uitrollen zodat boeren in de toekomst met emissiedoelen kunnen gaan werken. Ook hebben we noodzaak van het langdurig inzetten van extra financiële middelen voor agrarisch natuurbeheer, een grondfonds en het belang van ondernemingsplannen voor een toekomstbestendige agrarische sector benadrukt. Een heel nuttig bezoek dus en we zijn benieuwd hoe minister Wiersma dit meeneemt in het Regeerprogramma!".

Regio Foodvalley blijft met deze innovatieve aanpak een voorbeeld voor de toekomst van landbouw en natuurbehoud in Nederland.

WEL ADVIES MAAKT HET VERHAAL ACHTER DE CIJFERS INZICHTELIJK

DE WELINGELICHTE BRON

Voor de meeste ondernemers geldt het doornemen van de cijfers met een accountant als een noodzakelijk kwaad. Interessanter wordt het zodra een adviseur het verhaal erachter inzichtelijk maakt, als uitgangspunt om de juiste strategische beslissingen te nemen en waar nodig bij te sturen. De heren van WEL Advies profileren zichzelf als 'de ontcijferaars voor het mkb' en geven frappante voorbeelden van hoe ondernemers profijt trekken van verhelderende informatievoorziening.

8

"Allebei hebben we dertien, veertien jaar ervaring in de accountancy," steekt Laszlo Welker van wal. "Wij constateerden dat het vooral draaide om het opstellen van jaarrekeningen en minder om het adviseren, terwijl juist dat laatste dit vakgebied zo mooi en interessant maakt." Volgens compagnon Ronald van Donkelaar leidde dat besef vorig jaar tot de oprichting van WEL Advies. "Onze insteek is dat we de ondernemer continu van informatie willen voorzien, om ervoor te zorgen dat hij op basis daarvan de juiste beslissingen kan nemen. Minimaal elk kwartaal zitten we bij elkaar om de cijfers inzichtelijk te maken. Waar sta je momenteel? Op welke vlakken is het wenselijk en noodzakelijk om bij te sturen?" Een kwestie van kort op de bal zitten. Welker: "Ondernemers vertellen ons heel gepassioneerd over hun business. Bij financiën ligt vaak niet de focus, maar dat aspect is natuurlijk wel van doorslaggevend belang voor de continuïteit. Wanneer je tijd en aandacht besteedt aan wat de cijfers je inhoudelijk vertellen, kan dat echt het verschil maken."

VISUALISEREN

Van Donkelaar haalt er een tastbaar voorbeeld bij. "Een klant van ons nam nét voor het uitbreken van corona een horecabedrijf over. De lockdown hakte er uiteraard flink in en zorgde ook nadat alles weer openging voor lange naweeën, zoals betalingsachterstanden bij de Belastingdienst en leveranciers. Dan helpt



het om samen de administratie heel secuur op orde te brengen. Om iedere maand een overzicht te geven van: 'Zo sta je ervoor.' Waar valt financieel wat te winnen? Ligt de brutomarge op verkochte producten in lijn met de branche? Als je die categoriseert naar eten, alcohol, frisdrank enzovoorts, krijg je meer inzicht in waar je de meeste winst pakt en kun je daarop sturen. Wij visualiseren dat tot op detailniveau via presentatiesoftware, die we koppelen aan het boekhoudpakket. Er komt ook niet-financiële informatie bovendien, zoals de gemiddelde besteding per tafel en/of per gast. Heel interessant, zeker wanneer je het aantal gewerkte uren door het personeel in het plaatje meeneemt. Misschien blijkt wel dat je de afgelopen maand veel oproepkrachten hebt ingeschakeld, terwijl de omzet dat eigenlijk niet toeliet. Op basis van zulke informatie kun je heel snel bijsturen."



PROGNOSE EN TOETSEN

Dit laatste aspect doet zich volgens Welker ook gelden bij het opstellen van een prognose en het periodiek toetsen daarvan aan de werkelijkheid. "In onze klantenkring hebben we een start-up in de marketing, die binnen een korte periode snel wil groeien, dus ook qua team. Wanneer moet je dan investeren en een nieuw personeelslid binnenhalen?"

WEL Advies maakte een plan op basis van de begroting voor anderhalf jaar vooruit, waarin steeds een stukje verwachte omzetstijging is meegenomen, gecategoriseerd per rubriek. "Iedere maand zitten we bij elkaar om

de werkelijke groei ernaast te leggen," aldus Welker. "Lukt het om de begrote omzet te behalen? Oké, dan heb je op een afgesproken moment een nieuwe medewerker nodig en weet je wanneer je moet gaan werven. Zoniet, wanneer verwacht je de omzetstijging dan wel te realiseren? Op die manier sparren we continu met de ondernemer. Wanneer je slechts één of twee keer per jaar bij de klant zit, signaleer je dergelijke ontwikkelingen te laat. Je wilt als adviseur de patronen doorlopend volgen om gericht te kunnen adviseren. Nog even terug naar de horeca: wanneer de inkoopprijs van bier

stijgt, moet je meteen schakelen om je marges te bewaken. Zo houd je grip op de zaak en kom je niet voor verrassingen te staan. Je zult de ondernemers de kost geven die bij het bespreken van de jaarrekening schrikken van de hoeveelheid belasting ze achteraf 'ineens' moeten betalen. Door het doorlopende contact dat wij met onze klanten houden maken zij dat eigenlijk nooit mee."

VERMOGEN VEILIGSTELLEN

WEL Advies helpt ondernemers ook in het bijsturen op juridisch vlak. "Bijvoorbeeld het veiligstellen van vermogen in je holding, door tijdig dividend uit te keren vanuit de

werkmaatschappij, waar alle activiteiten plaatsvinden en - als het goed is - de winsten worden gemaakt," zegt Van Donkelaar. "Stel dat daar iets misgaat, zoals een aansprakelijkheids-

claim of een faillissement, dan kunnen andere partijen niet aan dat geld komen. Er valt alleen te verhalen op de werkmaatschappij, maar niet op de holding, tenzij de ondernemer een ongeoorloofde daad heeft verricht. Gelukkig zien wij dat laatste nooit gebeuren binnen onze klantenkring. Wel valt het ons op dat deze dividendconstructie nog niet algemeen bekend is. Laszlo en ik zitten beide bij een lokale ondernemersvereniging en horen dan weleens de boodschap: 'Daar heeft

ONDERNEMERS VERTELLEN ONS HEEL GEPASSIONEERD OVER HUN BUSINES



“Veel ondernemers beschouwen hun zaak als hun pensioen, maar bij een zzp’er die feitelijk het bedrijf is, wordt dat een lastig verhaal. Denk ook eens aan het regelen van een testament, zowel bij leven - blijvende arbeidsongeschiktheid - als dood. Zijn er meerdere aandeelhouders in het spel, beschrijf dan goed wat er gebeurt met het vermogen van de onderneming wanneer één van hen overlijdt. Je krijgt dan namelijk maken met het recht van een erfgenaam. Verschaf aan de voorkant voor iedereen duidelijkheid door goede afspraken hierover te maken. Bijvoorbeeld dat de erfgenaam in kwestie het verworven aandeel verplicht moet verkopen aan de andere aandeelhouders. Leg bij de start van een bedrijf met elkaar vast wat er gebeurt als je ooit uit elkaar gaat, om wat voor reden dan ook. Beschrijf bovendien goed hoe je de onderneming waardeert wanneer iemand uitgekocht moet worden, want daarvoor bestaan verschillende methodes. Op basis van contante kasstroom, rentabiliteit, intrin-

WIJ DOEN BIJ ONZE KLANTEN IEDER JAAR EEN UITKERINGSTOETS VOOR HET DIVIDEND

mijn accountant het nooit over.’ Ergens wel begrijpelijk, want de meeste mensen vinden het niet fijn om zich met doemscenari’s bezig te houden. Toch moet je natuurlijk zien te voorkomen dat je je geld kwijtraakt wanneer het misgaat, wat soms ook onverwacht en door pure pech kan gebeuren. Een opeenstapeling van fouten bij een klant, het uitbreken van een pandemie... Wij doen bij onze klanten ieder jaar een uitkeringstoets voor het dividend, wat samen met het maken van notulen hooguit een uurtje kost. Een goedkopere verzekering is niet denkbaar, zozegged.”

REKENING-COURANTOVEREENKOMST EN PANDRECHT

In lijn met het voorgaande ligt een rekening-courantovereenkomst tussen twee BV’s. “Een heel gebruikelijk fenomeen binnen het bedrijfsleven,” geeft Welker aan. “Neem de situatie dat de werkmaatschappij even krap zit qua cashflow en de holding financieel bijspringt. Dan ontstaat er een vordering. Nu komt het: daar is het mogelijk om een pandrecht van zo hoog mogelijke rang te laten vestigen op de inventaris, de voorraad, de debiteuren en de overige vlottende activa. Concreet betekent dit dat wanneer er iets gebeurt, zoals een faillissement of een beslaglegging, de holding relatief hoog op de lijst van schuldeisers staat. Na de Belastingdienst en de banken weliswaar, maar vóór de curator en



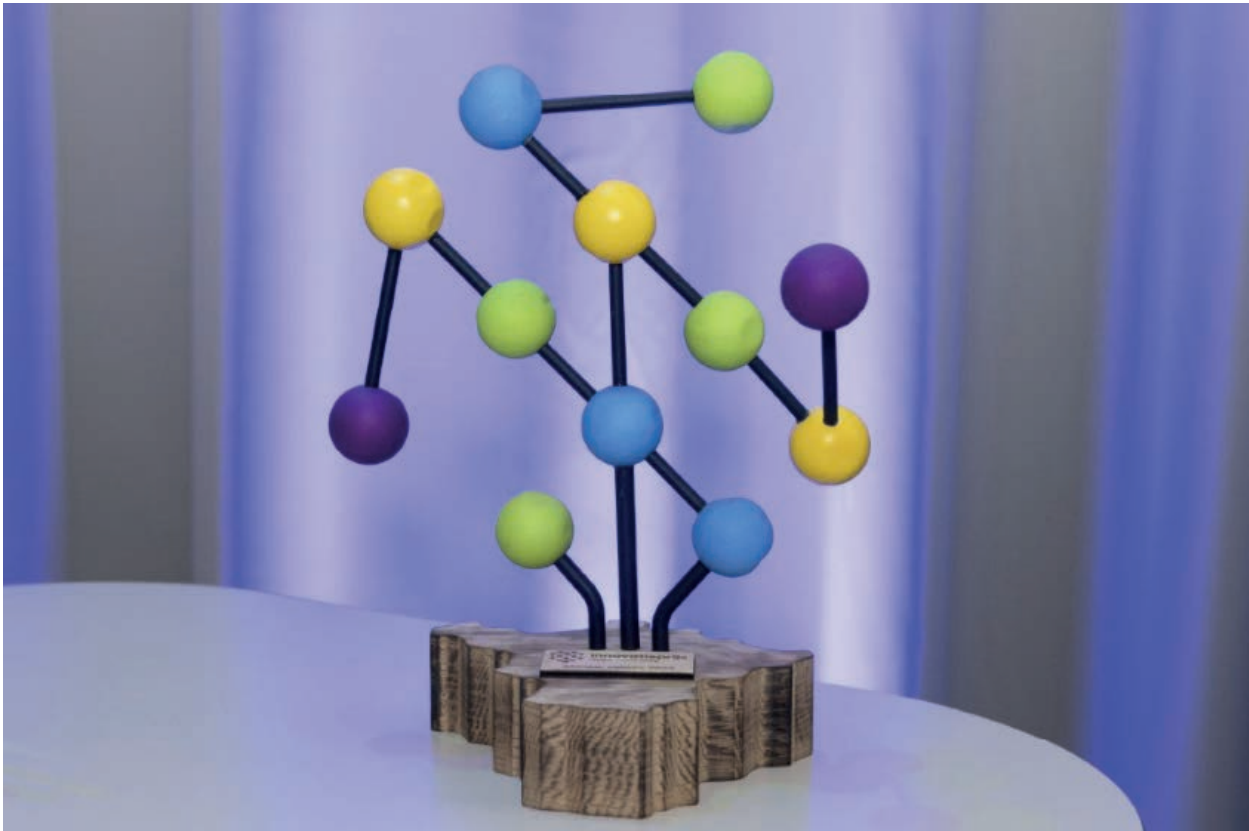
alle andere partijen die een vordering op de werkmaatschappij hebben. Ook dit verhaal blijkt bij veel ondernemers niet bekend, merken wij in de praktijk. Er zitten feitelijk geen nadelen aan, alleen moet je dit even registreren bij de fiscus. Uiteraard verzorgen wij dat ook voor onze klanten.”

TESTAMENT

De ontcijferaars voor het mkb kijken naar het totaalplaatje. “Daarin nemen we ook privésituaties mee,” legt Van Donkelaar uit.

sieke waarde enzovoorts.” Typierend voor de aanpak van WEL Advies, zulke eye-openers. Het loont ten zeerste de moeite om de cijfers te laten uitspitten en daarmee inzichten te verkrijgen die het bedrijf toekomst bestendig maken. Dat is geen droge kost, maar razend interessant en waardevol.

Meer informatie: www.weladvies.nl



WIE WINT DE INNOVATIEPRIJS REGIO FOODVALLEY 2024?

Op 16 oktober staat de Mauritskazerne in Ede in het teken van innovatie tijdens de feestelijke uitreiking van de Innovatieprijs Regio Foodvalley 2024.

Dit evenement zet baanbrekende innovaties en de ondernemers achter deze successen in de schijnwerpers. De avond biedt niet alleen een podium voor innovatieve bedrijven, maar ook volop inspiratie en kansen voor nieuwe ontmoetingen. Dit jaar wordt de prijs uitgereikt in drie categorieën: Agrifood, Maakindustrie en ICT.

NOMINATIES BEKEND

De afgelopen maanden zijn meer dan 30 innovaties aangemeld voor de Innovatieprijs. Begin september heeft de voordrachtscommissie, bestaande uit leden van bedrijfskringen en accountmanagers van de regiogemeenten, een selectie gemaakt van vijf kanshebbers per categorie. De jury, onder leiding van Kristel Jansen (VPVA Notarissen) gaat nu aan de slag met deze shortlist. De juryleden bezoeken de geselecteerde bedrijven om de innovaties beter te leren kennen, waarna zij drie genomineerden per categorie kiezen. Deze worden eind september bekendgemaakt. De juryleden zijn Kristel Jansen (juryvoorzitter, VPVA Notarissen), Maud Hulshof (Regio Foodvalley),

Henk Kievit (ICT Valley), Sina Salim (RCT Gelderland), Wim Werkman (FOV), Marcel Wijnen (Rabobank) en Rien Komen (Living Lab Regio Foodvalley).

PUBLIEKSPRIJS

Ook het publiek krijgt een stem in de week voor de uitreiking. Van 7 tot 15 oktober 2024 kan je via de website je favoriete innovatie naar de overwinning helpen voor de publieksprijs.

PROGRAMMA

Het programma van de avond begint om 19:30 uur met een inloop, gevolgd door een speciaal welkom, de uitreiking van de Young Talent Award en een inspirerende keynote van Nicolaas Vles, CEO van NIZO. Daarna worden de Innovatieprijzen uitgereikt in de categorieën Agrifood, Maakindustrie en ICT. De avond wordt afgesloten met een netwerkborrel om 22:00 uur.

Toegang tot de uitreiking is gratis. Meld je nu aan via <https://www.innovatieprijsregiofoodvalley.nl/ik-wil-erbij-zijn>.

‘WE MOETEN BEDRIJVEN HANDELINGSPERSPECTIEF BIEDEN’

Grensoverschrijdend. Een term die vaak het nieuws haalt, maar in dit geval in positieve zin. FOV Regio Foodvalley houdt zich als vertegenwoordiger van de acht lokale bedrijvenkringen actief en voortvarend bezig met thema's die de ondernemende achterban raken en die niet zonder meer binnen gemeentelijke grenzen kunnen worden opgelost. Hoe cruciaal een groot, georganiseerd collectief is, blijkt uit de voorbeelden die de net aangestelde voorzitter Wim Werkman en zijn voorganger Willem Kuijsten aanhalen.

12 Met een achttal bedrijvenkringen die de ondernemende sector in de Regio Foodvalley vertegenwoordigen ligt de organisatiegraad behoorlijk hoog, maar bepaalde thema's vragen om een grootschaliger benadering dan binnen lokale kaders. “Denk maar aan de energietransitie en de problematiek met de netcongestie,” zegt Werkman. “Ondernemers realiseren zich dat er grote onzekerheden zijn en nog op hen afkomen. Blijven zij in de toekomst nog wel verzekerd van voldoende energie? Nu al verspreiden netbeheerders brieven waarin zij waarschuwen voor het overschrijden van de contractueel vastgelegde afname en de consequenties die daaraan hangen, zoals een boete of zelfs een tijdelijke afsluiting. Dat remt de groei van het bedrijfsleven. Juist daarom moeten wij als FOV Regio Foodvalley de belangen van onze achterban vertegenwoordigen in het bestuurlijke bestel, waar we aan tafel zitten met LTO Noord en de Vallei, de gemeenten, de provincies Gelderland en Utrecht, de netbeheerders, de woningcorporaties en het waterschap. Zelf hebben we het initiatief genomen om het Regionaal Energieteam Bedrijven oftewel REB op te richten, met als insteek: hoe kunnen we samen opwekken, verbruiken, besparen, opslaan en monitoren? De crux zit met name in het dempen van de dagelijkse pieken, wanneer meerdere bedrijven rond dezelfde tijd hun installaties opstarten. We onderzoeken de verbruikspatronen en zullen het voortouw nemen om die onderling beter op elkaar af te stemmen. Samen sta je sterker.”

GEVECHT OM RUIMTE

“Daarbij moeten we één factor niet onderschatten: ondernemers nemen eerder een verhaal aan van iemand uit eigen gelederen die voor de troepen staat dan van de overheid,” stelt Kuijsten. “Ze hoeven niet altijd dezelfde belangen te hebben, maar moeten deze wel kennen van elkaar. Het gaat erom dat je binnen een collectief bekijkt wat je met zijn allen kunt bereiken. Een cruciale factor is handelingsperspectief bieden. Algemeen ligt het vertrouwen in met name de landelijke overheid schrikbarend laag. Hoe bereken je de terugverdientijd van een investering wanneer je niet weet wat er op de langere termijn op je afkomt? Durf je dan nog wel uit te breiden? Het bedrijfsleven is gebaat bij een voorspelbare en stabiele overheid, want niemand wil verrast worden. Dan helpt als je elkaar kent en samen een stem kunt laten horen. Kijk, het Rijk heeft samen met de gemeenten en beide provincies de Woondeal gesloten, met de belofte om tot 2040 40.000 huizen te bouwen. Mooi, maar daar hoort ook werkgelegenheid bij. We moeten toch voorkomen dat iedereen gaat reizen en dat hier een forenzenregio ontstaat? Als je de groeiambities van bestaande bedrijven in het gebied en externe spelers die zich hier willen vestigen bij elkaar optelt, betekent dat minimaal 320 hectare grond extra ontwikkelen. In Nederland voeren we altijd een gevecht om de beschikbare ruimte, dus moeten wij duidelijk de belangen van het bedrijfsleven op tafel leggen. In het belang van een brede welvaart”

ONDERWIJS EN ARBEIDSMARKT

In het verlengde daarvan ligt het collectief en tevens grensoverschrijdend synchroniseren van onderwijs en arbeidsmarkt. “Dat lukt niet binnen alleen gemeentegrenzen,” legt Werkman uit. “Je gaat niet even binnen Renswoude een hbo-opleiding opzetten, bij wijze van spreken. Er zit juist heel veel onderwijs en kennis in Ede en Wageningen en wij zeggen: zet dat breed uit in de regio. Kijk ruimer om je heen waar je talent kunt vinden. Trouwens, er ligt nog een andere uitdaging die om een collectieve aanpak vraagt. De competenties die bedrijven nodig hebben zie je niet altijd terug bij de mensen die uitstromen bij het onderwijs en die de arbeidsmarkt op gaan. Daarom zijn we binnen FOV Regio Foodvalley zo verschrikkelijk blij met initiatieven als de Food Academy (FAN) Nijkerk en de BTO oftewel Barneveldse Techniek Opleiding. Samenwerkingsverbanden tussen scholen die weten hoe ze onderwijs moeten organiseren en bedrijven die een duidelijk beeld kunnen schetsen van de benodigde output. Dan praat je over vraaggestuurd opleiden. Zodra dat lokaal succesvol draait, kun je het overal binnen de Regio Foodvalley als blauwdruk gebruiken.”

‘NEE’ DURVEN ZEGGEN

Precies dit laatste illustreert het bestaansrecht van het Economic Board, een regionaal samenwerkingsverband dat de triple helix oftewel de drie o's vertegenwoordigt: overheden, onderwijs en ondernemers. Kuijsten, recent aangetreden als voorzitter van dit

Links Wim Werkman en rechts Willem Kuijsten



platform, licht toe: “Net als de andere partijen hebben we als bedrijfsleven vijf vertegenwoordigers ingebracht, namens LTO Noord, VNO-NCW en FOV Regio Foodvalley. Gezamenlijk stellen we op dit moment een strategische agenda op voor een periode van vijf jaar. Dat klinkt misschien wat abstract, maar gezien de belangen van de verschillende partijen is het cruciaal dat wij mogen meebeslissen in plannen en daarmee onze achterban dienen. Dan noem ik maar even de dringende behoefte aan uitbreidingsruimte als voorbeeld.” Werkman: “Daarover moet je regionaal afspraken willen maken, zodat een ondernemer niet in de ene plaats nul op het rekest krijgt en in de andere plaats met open armen wordt ontvangen. Het is zaak om er realistisch in te staan. Waar bijvoorbeeld Veenendaal grotendeels vol zit, hebben plaatsen als Nijkerk en Barneveld nog ruimte om te groeien. Een bedrijf met een logistiek megacentrum, waar twintig laagopgeleide mensen werken, lijkt ons echter niet de eerste optie.

GEZAMENLIJK STELLEN WE OP DIT MOMENT EEN STRATEGISCHE AGENDA OP VOOR EEN PERIODE VAN VIJF JAAR

Je moet soms ook ‘nee’ durven zeggen, juist om het hier in de regio zo sterk vertegenwoordigde mkb-groeikansen te geven.”

KRACHTIGER SIGNAAL

6000 ondernemingen uit het midden- en kleinbedrijf vormen in theorie de achterban van FOV Regio Foodvalley, maar in de praktijk zijn die lang niet allemaal bij de respectievelijke acht bedrijvenkringen aangesloten. “Jammer, want hoe meer leden wij vertegenwoordigen, hoe krachtiger het signaal dat wij als overkoepelend orgaan kunnen afgeven richting de partijen waarmee wij aan tafel zitten,” meent Kuijsten. “Als wij namens tachtig procent van

het bedrijfsleven praten, zal de overheid zich sneller bereid tonen om te luisteren. Vandaar ook dat wij in de komende periode nog meer aandacht gaan besteden aan communiceren met onze achterban. Dat werkt twee kanten op: leden van de bedrijvenkringen ontvangen daarmee ook als eerste belangrijke informatie en zullen elkaar makkelijker vinden om het voortouw te nemen in belangrijke initiatieven. Een groot collectief versterkt de draagkracht van FOV Regio Foodvalley en maakt ons zowel slagvaardiger als invloedrijker bij het nemen van beslissingen binnen de triple helix-samenwerking, waarbij de belangen van het bedrijfsleven worden gediend.” Werkman: “De organisatiegraad van het bedrijfsleven moet omhoog. Uitdagingen genoeg.”

Meer informatie: www.fovweb.nl

SAMENWERKING VEREIST BIJ AANPAK NETCONGESTIE REGIO FOODVALLEY

Overal is er file op het elektriciteitsnet, ook in de Regio Foodvalley. Reden voor het Regionaal Energieteam Bedrijven om zes bedrijventerreinen onder de loep te nemen op zoek naar een gezamenlijke oplossing. Samenwerking tussen ondernemers, overheden, netbeheerders en andere stakeholders blijkt daarvoor onmisbaar.

Kennis delen is belangrijk, stelt Wicha Benus, sinds mei dit jaar coördinator van het Regionaal Energieteam Bedrijven (REB) in de regio Foodvalley. "Anders ga je allemaal op je eigen plek het wiel opnieuw uitvinden: hoe moet het nieuwe energiesysteem eruitzien, hoe pak je dat aan? Hoe meer we van elkaar leren, des te minder geld het kost." De afgelopen tijd vonden er daarom pilots plaats op bedrijventerreinen in Rhenen, Veenendaal, Renswoude, Nijkerk, Scherpenzeel en Wageningen. Daarnaast waren er al lopende initiatieven in Ede, Nijkerk en Barneveld.

De urgentie blijkt hoog, nu de netcapaciteit op plekken tekortschiet. "Veel bedrijven kennen bijvoorbeeld pieken in de ochtend bij het opstarten van de productieprocessen. Dan is het net niet uitgebreid genoeg en ervaren ondernemers een probleem. Bovendien is er sinds twee jaar een wachtlijst voor aanvragen voor meer capaciteit", vertelt Benus. "Daardoor worden sommige bedrijven geremd in hun groei, verduurzaming en economische ontwikkeling. Andere redden het nog net, maar willen graag verduurzamen – dat vragen hun klanten ook. Die bedrijven lopen in 2026-2027 tegen hun grenzen aan."

In de pilots is gekeken naar de verbruiksprofielen, de ontwikkelplannen en het gecontracteerd vermogen van de aanwezige grootverbruikers die openstaan voor deelname aan samenwerking. "Een aantal bedrijven loopt tegen hun limiet aan, andere hebben wellicht wat over en kunnen bijspringen. Samen kun je er dan voor zorgen dat je op het juiste moment de benodigde energie beschikbaar hebt", schetst Benus. De tendens is overal hetzelfde, wel is de slaagkans afhankelijk van welke bedrijven willen meewerken. "Nu hebben bedrijven elk individuele capaciteitsafspraken met de netbeheerder. Wat als je vijf contracten in een mandje

doet, dan geldt een aangepaste limiet maar ben je wel vrijer in het delen van energie dan in de bestaande situatie. Die denkrichting blijkt een goede te zijn."

Daarnaast start het REB in het najaar met energiescans en energieadvies om bedrijven te helpen achterhalen waar ze in hun eigen bedrijf nog energie kunnen besparen. "Dat is de eerste stap die ondernemers moeten zetten. Doorgaans blijkt er binnen het huidige contract best ruimte beschikbaar, voldoende om de eerste groei of verduurzaming te realiseren",

aldus Benus, die het ongeduld van de ondernemers volledig begrijpt. "Ook wij willen liever vandaag dan morgen oplossingen doorvoeren, maar moeten voldoen aan wet- en regelgeving én schakelen met netbeheerders, gemeenten en provincies, en de samenwerking formaliseren in een publiek-private samenwerking. Dat vraagt geduld, maar het gaat om een echte transitie. Met het oog op hun voortbestaan is het voor bedrijven essentieel daarin te investeren."

Kijk voor meer informatie op www.reb-foodvalley.nl





JAN-KEES KARELS

is als zelfstandig advocaat verbonden aan
Wolleswinkel Hofman Advocaten

karels@wolleswinkelhofman.nl
www.wolleswinkelhofman.nl

Stationsweg 43 | 3771 VC Barneveld | 0342 49 1028
Stationslaan 32-34 | 8071 CM Nunspeet | 0341 23 0580

WEBWINKELS EN DE JUISTE INFORMATIE VOOR KLANTEN

Nederland telde per 1 januari dit jaar maar liefst 95.000 webwinkels. Dat aantal groeit nog steeds. Geen wonder dat er steeds meer regels voor ‘koop op afstand’ bijkomen. Een uitdaging om al die regeltjes goed toe te passen. Waar moet je als online-ondernemer zoal op letten? En wat kunnen de gevolgen zijn als je iets over het hoofd ziet?

Met een goede set Algemene Voorwaarden op je website zit je wel safe. Denkt een ondernemer misschien. Maar die gedachte is te kort door de bocht. Aan de klant moet al vóór het sluiten van het contract veel informatie worden gegeven: over de betaling, identiteit bedrijf, kosten retournering, recht van ontbinding, garantie, gebruik van persoonsgegevens, enz. En dat niet alleen: bij een geschil met de klant mag de ondernemer bewijzen al die informatie keurig te hebben gegeven. Lukt dat niet, dan kan dat vervelende gevolgen hebben.

Het is daarom goed de basics helder te hebben. Zo heb je “informatieplichten” waarop de wet een sanctie stelt. Je moet bijvoorbeeld klip en klaar aan je online-klant vertellen dat hij de overeenkomst binnen 14 dagen mag ontbinden. Doe je dat niet, dan worden die 14 dagen maar liefst een jaar. De klant kan dan na 11 maanden zeggen: ik doe dit artikel retour, want je hebt mij niet verteld dat ik een recht op ontbinding heb.

Een andere soort is de zogeheten “essentiële” informatie. Te denken valt aan de voornaamste kenmerken van jouw product of dienst, de identiteit en adresgegevens van de onderneming, de totale prijs, manier van betaling, levering en klachtafhandeling. Bij het niet verstrekken van deze informatie kan de rechter een bijvoorbeeld prijsreductie opleggen

Het is mogelijk (een deel van) de verplichte informatie in je Algemene Voorwaarden te zetten. Die voorwaarden dienen dan op de website te staan, en door de klant actief – bijvoorbeeld door aanvinken van een vakje – te zijn goedgekeurd. Ook dient de consument in begrijpelijke taal te worden geïnformeerd – geen juridisch jargon dus. En je geeft als ondernemer aan waar de informatie in de algemene voorwaarden te vinden is.

Daarnaast krijgt de webwinkel te maken met een Privacy Statement. Daarin zet de ondernemer op welke manier het bedrijf met de persoonsgegevens van klanten, leveranciers en derden omgaat. Er staat in een Privacy Statement welke persoonsgegevens het bedrijf verwerkt, zoals naam, adres, e-mailadres, bankrekeningnummer, enz. Ook meldt het Privacy Statement voor welk doel de persoonsgegevens worden gebruikt en hoe lang ze worden bewaard.



UITGEVERIJ VAN MUNSTER MEDIA 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 businesstitels 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 businesstitels. 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 businesstitels 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



DE BPM-REGELING VOOR BESTELAUTO'S VERDWIJNT

WAT BETEKENT DIT VOOR JOUW BEDRIJF?

Met ingang van 1 januari 2025 wordt de BPM-vrijstelling voor bestelauto's afgeschaft. Dit betekent dat je als ondernemer vanaf dat moment voor een bestelauto dezelfde belasting betaalt als voor een personenauto. Wat is de BPM-regeling eigenlijk? Wat betekent deze afschaffing voor jouw bedrijf? En nog belangrijker: wat is het alternatief?

WAT IS BPM?

BPM staat voor Belasting Personenauto's en Motorrijwielen. Bij de aanschaf van een nieuwe auto of de import van een auto uit het buitenland wordt deze belasting eenmalig geheven. De hoogte van deze belasting is afhankelijk van het type auto, om precies te zijn van de CO₂-uitstoot van het voertuig. Daarbij geldt: hoe meer uitstoot van CO₂, hoe hoger de belasting die je ervoor betaalt.

Tot nu toe hoefde je als ondernemer bij de aanschaf van een bestelauto deze belasting niet te betalen, mits je de auto voornamelijk zakelijk gebruikte. Met ingang van 1 januari 2025 verdwijnt deze vrijstelling bij de aanschaf van niet-elektrische bestelauto's en dat heeft grote financiële consequenties. Een nieuwe bestelwagen wordt daardoor ineens duizenden euro's duurder.

WAAROM VERVALT DE VRIJSTELLING?

Met de afschaffing van de vrijstelling wil de overheid de verkoop van zuinige en emissievrije bestelauto's stimuleren. De hoogte van de belasting die je betaalt, wordt berekend per gram CO₂-uitstoot. Dus het wordt financieel aantrekkelijker om te kiezen voor een elektrische bestelbus of een bestelbus die zuinig in gebruik is.

MEER VERKOOP DIESELBUSJES

Vanaf het moment dat de overheid aankondigde dat de BPM-vrijstelling werd afgeschaft, heeft dat geleid tot een hogere verkoop van dieselbusjes. Sinds 1 januari 2024 zijn er al bijna 46.000 nieuwe dieselbusjes geregistreerd. Dat is ruim 20% meer dan in 2023. Veel ondernemers kiezen ervoor om nu nog snel een dieselbusje aan te schaffen en dus te profiteren van de vrijstelling. Met een dieselbusje heb je immers nog de mogelijkheid om tot 2028 rond te rijden. Dat vooruitzicht speelt een grote rol bij de aanschaf dit jaar.

De run op dieselbusjes staat haaks op de maatregelen die veel Nederlandse gemeenten invoeren om zero-emissiezones in te stellen voor de binnenstad. In deze zones mogen auto's die op fossiele brandstof rijden niet meer komen. Zo'n dertig gemeenten hebben een zero-emissiezone ingesteld, waarvan de eerste zones vanaf 2025 ingaan. De gemeente Ede heeft onlangs besloten deze zero-emissiezone met 4 jaar uit te stellen tot 2030.

KIES VOOR EEN ELEKTRISCHE BESTELBUS

Het gebruik van een elektrische bestelbus heeft veel voordelen. Allereerst hoef je bij de aanschaf van een elektrische bus natuurlijk geen belasting te betalen. Daarnaast ben je ook nog eens vrijgesteld van het betalen van motorrijtuigenbelasting tot en met eind 2024. Vanaf 2025 betaal je weliswaar motorrijtuigenbelasting, maar ontvang je daarvoor 75% korting en ben je dus nog altijd voordeliger uit dan als je een voertuig op fossiele brandstof aanschaft. Verder kun je met een elektrisch voertuig de komende jaren zonder problemen de zero-emissiezones inrijden.

ZAKELIJKE LEASE IS EEN SLIMME OPLOSSING

Of je nu twijfelt tussen een dieselbusje of een elektrische bestelbus, een bedrijfswagen aanschaffen is een flinke investering. Zakelijk lease is dan een slimme oplossing, want daarmee betaal je elke maand een vast bedrag en hoef je je geen zorgen te maken over hoge aanschafkosten of onverwachte uitgaven voor onderhoud en reparatie. Met een bestelbusje leasen weet je altijd waar je aan toe bent.

Daarnaast biedt leasen een aantrekkelijk financieel voordeel. De rentetarieven zijn immers laag, zeker in de huidige economische situatie. Zo'n financieel voordeel maakt het aantrekkelijk om via lease te investeren in een bedrijfswagen die voldoet aan jouw voorwaarden zonder dat je ineens veel geld uitgeeft.

VERGELIJKEN LOONT

De veranderingen rondom de BPM-regeling en de overgang naar elektrisch rijden roepen ongetwijfeld veel vragen bij je op. Daarom help ik je graag bij het vinden van de juiste financieringsoplossing voor jouw bedrijfswagens. Of je nu kiest voor koop of lease, ik help je graag bij het vergelijken van offertes. Want de beste keuze voor een leasemaatschappij hangt niet alleen van het rentepercentage af, maar ook van wat je precies gaat leasen, de aanschafwaarde en hoe lang en intensief je het gaat gebruiken. Ik help je graag van de eerste oriëntatie tot de uiteindelijke aanschaf of leaseovereenkomst. Neem vandaag nog contact met me op voor een afspraak, zodat je met een gerust hart de weg op kunt.

Tom Baerends
Adviseur bedrijfs- en vastgoedfinanciering
Financieringsgilde Ede – Veenendaal
(06) 30 26 21 26





STRATEGISCH COMMUNICEREN VOOR DUURZAME GROEI

Veel bedrijven denken dat een succesvolle contentstrategie draait om zoveel mogelijk aanwezig zijn. Dagelijks posten, trending onderwerpen volgen en interactie met volgers worden vaak als dé sleutels tot succes gezien. Maar niets is minder waar. Dit zijn tactieken, en zonder een doordachte strategie zijn ze snelle hapjes die misschien even verzadigen, maar op lange termijn geen waardevolle resultaten opleveren.

Bij Onwaarts geloven we dat effectieve communicatie begint bij het begrijpen van je merk, je doelgroep en je doelen. Content zonder een strategie levert geen duurzame groei op. Om echt impact te maken, moet je verder kijken dan wat oppervlakkige tactieken en een diepere verbinding maken met je publiek.

EEN STRATEGIE DIE WERKT

Een sterke contentstrategie bestaat uit drie pijlers: connectie, autoriteit en vertrouwen. Allereerst gaat het om het bouwen van een emotionele connectie met je publiek. Wat vinden ze belangrijk? Welke waarden delen ze met jouw merk? Verhalen vertellen en humor gebruiken kunnen krachtige manieren zijn om die verbinding te versterken.

Vervolgens is het belangrijk om autoriteit op te bouwen. Laat zien dat je een expert bent in je vakgebied door je mening te delen, oplossingen te bieden voor problemen en waardevolle voorbeelden te tonen. Mensen zoeken leiders, geen volgers. Door je expertise naar voren te brengen, positioneer je jouw merk als de go-to bron binnen je niche.

Ten slotte moet je werken aan vertrouwen. Klanten willen zien wat je in huis hebt. Deel resultaten, testimonials en een kijkje achter de schermen om transparantie en authenticiteit uit te stralen. Mensen herkennen namelijk snel wanneer iets nep of niet oprecht is, en zullen dergelijke content zonder pardon voorbij scrollen.

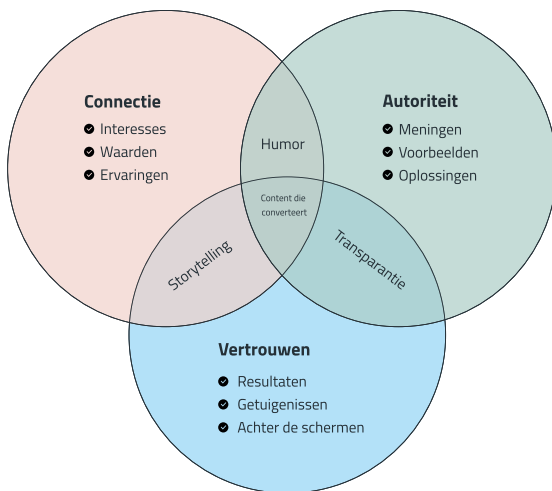
HET BELANG VAN MAATWERK

Bij Onwaarts vinden we dat een succesvolle strategie uniek moet zijn voor jouw merk. Elke organisatie heeft zijn eigen nuances, doelstellingen en doelgroep. Het kopiëren van een succesvolle strategie van een ander bedrijf kan tijdelijk werken, maar zal nooit leiden tot duurzame groei. Wat voor de één werkt, kan voor een ander juist contraproductief zijn. Daarom ontwikkelen we bij Onwaarts strategieën op maat, die niet alleen passen bij jouw merkidentiteit, maar ook inspelen op de behoeften van je klanten.

Het is tijd om het kortetermijndenken los te laten en te kiezen voor een strategische aanpak die écht werkt. Maak bewuste keuzes, communiceer met impact en zie hoe jouw merk duurzaam groeit.

Meer informatie: www.onwaarts.nl

20





NOÉMI VAN DUIJVENBODE
Anders VERDER
www.anders-verder.nl

GEEN ZIN!

Ken je dat gevoel dat je simpelweg geen zin hebt om überhaupt iets aan te pakken?

WAT DOE JIJ MET DIT SIGNAAL?

Misschien denk je nu: "hoe is 'geen zin' een signaal? Met een beetje discipline kan je best even doorzetten!" En daar zijn wij doorgaans erg goed in: in luisteren naar dat stemmetje dat ons vertelt dat we vooral niet moeten zeuren en door moeten zetten.

Maar dit gebrek aan motivatie kan veel meer zijn dan een dipje; het kan een teken zijn dat je lichaam rust nodig heeft. Vermoeidheid uit zich vaak niet alleen in fysieke klachten zoals futloosheid of slaperigheid, maar ook in een verminderd gevoel van zin en enthousiasme.

Wanneer je vermoeid bent, kan je minder energie opbrengen voor taken (en ook leuke dingen) die normaal gesproken geen moeite kosten. Dit is niet alleen een kwestie van luiheid, maar een serieus signaal dat je stresssysteem overbelast is. Een gebrek aan zin is dus eigenlijk je lichaam dat zegt: "Het is tijd om te herstellen."

WAAR KAN JE OP LETTEN?

Het herkennen van dit gebrek aan zin als een signaal van vermoeidheid is belangrijk! Vaak peppen we namelijk onszelf op en blijven we gewoon doorgaan, terwijl ons lichaam eigenlijk vraagt om rust. Let op symptomen zoals:

- Moeite met concentratie
- Gebrek aan enthousiasme voor dingen die je normaal leuk vindt
- Prikkelbaarheid of snel emotioneel worden

WAT KAN JE DOEN?

Luisteren naar jezelf betekent niet dat je direct alles moet stilleggen, maar wel dat je bewuster rustmomenten moet inbouwen. Neem regelmatig pauzes overdag, zorg voor voldoende slaap en integreer een beetje Italiaanse "dolce far niente" in je leven: geniet van het zoete nietsdoen!

Door tijdig in te grijpen wanneer je merkt dat je geen zin hebt, kun je voorkomen dat vermoeidheid omslaat in chronische stress of zelfs burn-out. Het is geen zwakte, maar een teken van zelfzorg om rust te nemen als je die nodig hebt. En nu een vraag aan jou: mag jij van jezelf echt even niets doen?

Wil je aan de slag met bewustwording op dit gebied, dan denk ik graag met je mee. Stuur dan een bericht naar info@anders-verder.nl om kennis te maken.

REALITEITSZIN GEVRAAGD

DILEMMA'S BIJ ZERO-EMISSIEZONES

De zero-emissiezones die vanaf 2025 worden ingevoerd, leveren ondernemers veel hoofdbrekens op. Gemeenten kunnen voorsnog zelf beslissen over de invoering. Bestel- of vrachtwagens die in het ene centrum probleemloos mogen leveren, zijn daardoor in een andere stad niet meer welkom. Ook de wispelturige rijksoverheid bemoeilijkt de juiste keuzes. Wat is de status quo? En vooral: wat is wijsheid?



Binnensteden kennen een grote concentratie detailhandel, horeca en veel andere bedrijvigheid. Bewoners van stadscentra krijgen massaal hun online aankopen thuisbezorgd. Dit leidt tot een enorme goederenstroom. Dagelijks rijden tienduizenden bestel- en vrachtwagens van en naar de binnensteden. Net als personenauto's hadden die al te maken met milieuzones. Daar komt een nieuwe uitdaging bij. Tussen 2025 en 2028 krijgen veel gemeenten een zero-emissiezone (ZE-zone).

GEEN FOSSIEL MEER

Om de uitstoot van CO₂ en fijnstof te beperken, mogen gemeenten per 1 januari 2025 zo'n zone invoeren. Als gevolg daarvan hebben alleen nog vracht- en bestelwagens die geen schadelijke stoffen uitstoten, toegang tot de binnensteden. Dus geen diesel-, benzine- en lpg-voertuigen meer, maar alleen exemplaren die elektrisch of met een brandstofcel worden aangedreven.

VAN ALMERE TOT ZWOLLE

Tot nu toe zijn tientallen gemeenten van plan een ZE-zone in te stellen; van Almere tot

Amsterdam, van Zaanstad tot Zwolle. Lokale overheden mogen voorsnog zelf bepalen wanneer ze de toegangsregels in laten gaan en voor welk gebied deze gelden. Hierdoor kan in de ene gemeente probleemloos geleverd worden met een fossiel aangedreven voertuig dat elders niet meer welkom is.

Drukke Dealers

Alle nieuwe bestelbussen die vanaf 1 januari 2025 op kenteken worden gezet, moeten uitstootvrij zijn. Dit zorgt voor grote drukte bij dealerbedrijven. Met een bestaand voertuig



kunnen bedrijven gebruik maken van overgangsregelingen. Hierdoor mogen sommige bestelbussen op diesel, benzine of lpg langer de ZE-zones in.

De duur van de overgangsperiode hangt af van de emissieklasse. Hoe hoger die klasse, hoe lager de uitstoot van schadelijke stoffen. Bestelwagens met emissieklasse Euro 6 hebben tot 1 januari 2028 toegang tot ZE-zones, met Euro 5 is er vrij baan tot 1 januari 2027.

UITZONDERINGEN

Voor voertuigen met emissieklasse Euro 4 of lager zijn ZE-zones echter al per 2025 verboden gebied. Volgens het CBS stonden op 1 januari 2024 228.000 bestelauto's met deze of slechtere uitstootprestaties geregistreerd. Dit betekent dat bijna een kwart van de bestelauto's per 2025 de ZE-zones niet meer in zouden mogen. Uitzonderingen zijn er onder meer voor oldtimers van 40 jaar of ouder en voertuigen die rolstoeltoegankelijk zijn.

DATUM BEPALEND

Ook alle nieuwe vrachtwagens - bakwagens en oplegtrekkers - die vanaf 1 januari 2025 op kenteken worden gezet, moeten uitstootvrij zijn voor toegang tot de ZE-zones. Voor een beroep op de overgangsregeling is niet de uitstootklasse maar de datum waarop een voertuig op kenteken is gezet bepalend. Ook hier zijn er uitzonderingen, bijvoorbeeld voor verhuishagens.

BOOST VOOR STADSHUBS

Om verzekerd te zijn van toegang tot alle stadscentra moeten bedrijven de komende jaren investeren in elektrische voertuigen. Subsidies en belastingvoordelen helpen bij de aanschaf. Denk aan de MIA, Vamil en de Subsidie Emissieloze Bedrijfsauto's (SEBA). Deze is beperkt beschikbaar en wordt in 2024 voor het laatst verstrekt.

Niet alleen de verkoop van elektrische voertuigen krijgt een boost, ook het gebruik van stadshubs zal toenemen. Door goederen af te leveren aan de rand van een ZE-zone en ze van daaruit door derden emissievrij te laten bezorgen, omzeilen leveranciers de beperkingen.

BIJKOMENDE BREINBREKER

Naast de emissiezones hebben ondernemers te maken met een bijkomende breinbreker. Per 1 januari 2025 wordt net als bij personenauto's s bpm berekend bij de aanschaf van nieuwe bestelwagens. Eerder waren deze vrijgesteld. Met de heffing wil de overheid het gebruik van emissievrije bestelwagens stimuleren. Daarvoor geldt geen bpm.

Net als bij personenauto's wordt de bpm bepaald aan de hand van CO₂-uitstoot. Dit maakt fossiele voertuigen per 2025 al snel tienduizend euro of meer duurder. Ook dit zorgt voor een run op nieuwe bestelwagens. Bij veel merken is levering voor eind dit jaar al niet meer mogelijk.

ONZEKERE RESTWAARDE

Bij een analyse van de situatie en investeringskeuzes spelen tal van factoren een rol. Zoals de impact van de ZE-zones op het bestaande wagenpark, in combinatie met de verwachte levensduur en kosten.

Verder moet de praktische inzetbaarheid van elektrische vervoermiddelen voor de eigen producten en processen onderzocht worden, net als de investeringen in en financiering van vervangende voertuigen. Bij de onderliggende berekeningen is de verwachte restwaarde een belangrijk element. Door de nieuwe regels en beperkingen is die waarde op dit moment vrijwel onmogelijk te voorspellen. Dat over aantal jaren nauwelijks vraag zal zijn naar gebruikte fossiele bestelauto's, lijkt wel zeker.

COMPLEXE PUZZEL

Het betekent een complexe puzzel waarbij de uitkomst in elke situatie anders zal zijn. Daar komt bij dat de spelregels nog kunnen wijzingen. Volgens het hoofdlijnenakkoord dat de basis vormt van het nieuwe kabinet wordt onderzocht of en hoe de ZE-zones uitgesteld kunnen worden. Uitgangspunt is vooralsnog wel dat de instelling en dus het aanwijzen van zero-emissiezones een gemeentelijk besluit blijft. Landelijk zouden bijvoorbeeld bepaalde uitzonderingen kunnen gelden.

VOORTSCHRIJDEND INZICHT

Dit voornemen leidt tot aanhoudende onzekerheid. Ook bestaat bij veel gemeenten nog onduidelijkheid over het ingangsmoment van de ZE-zones. Daarbij moet ruimte zijn voor voortschrijdend inzicht; de omstandigheden zijn immers ingrijpend gewijzigd. Denk aan de netcongestie waardoor op veel plaatsen niet genoeg laadvoorzieningen mogelijk zijn om de groeiende elektrische vloot van energie te voorzien. Om te voorkomen dat de Nederlandse stadsdistributie vastloopt, is op dit moment vooral realiteitszin gevraagd.

GEEN STEIGERS IN DE BINNENSTAD?

In aanloop naar de invoering van ZE-zones laten tal van belanghebbenden hun stem horen. Neem de Vereniging Landelijk Overleg Klussenbedrijven (VLOK). Bij een ledenenquête begin dit jaar gaf 80% van de respondenten aan dat zij de zero emissiezones gaan mijden. Als reden werd onder meer genoemd het niet tijdig beschikbaar zijn van voor hun werkzaamheden geschikte elektrische bussen. Ook de hoge aanschafprijs van elektrische voertuigen helpt niet.

Iedereen die de afgelopen jaren een aannemer, schilder of stukadoor zocht, weet hoelang het duurt voordat daadwerkelijk iemand op de steiger staat. Met zoveel vraag kan een deel van deze vakmensen het zich veroorloven om klanten in de binnensteden te mijden.



DAPHNE S. HARTOG - BERGHUIZEN
Daphne@uwconflict.nl

WANNEER JE LICHAAM WEET WAT JE BEWUSTE BREIN HEEFT VERSTOPT

Je kunt pas vergeten, wanneer je actief kan herinneren. Een psychotrauma ontsnapt aan ons vermogen te vergeten en dit is precies waarom sommigen van ons decennialang last hebben van trauma-gerelateerde klachten. En zelfs of zeker wanneer jouw lichaam je herinnert aan hetgeen je verdrongen hebt.

Zo'n mentale wond is niet alleen de vloek niet te kunnen vergeten, toch voornamelijk de vloek niet actief te kunnen herinneren. Voordat je kunt vergeten, verwerken of loslaten, zul je begrijpelijk moeten herinneren.

Een gebeurtenis kan zo overweldigend voor je zijn, dat deze niet opgeslagen wordt als begrijpelijke herinnering: het past simpelweg niet in de kaders waarop jij normaal gesproken de wereld waarneemt en interpreteert.

Begrijpelijke herinneringen vervagen na verloop van tijd, de lading hiervan evenmin. Een traumatische ervaring die niet opgeslagen wordt als begrijpelijke herinnering, maakt constant inbreuk op het heden: Intrusieve herbelevingen, angsten, prikkelbaarheid, fysieke pijn of andere (nog) niet verklaarbare klachten.

EEN VERDRONGEN PSYCHOTRAUMA

De eerste-keuze-behandeling voor trauma is EMDR, toch wanneer het verdrongen is en vast zit in het somatisch geheugen, vraagt dit om een meer lichaamsgericht trauma-behandeling. Brainspotting leent zich uitermate geschikt voor dit soort complexe casussen, waarbij zo'n trauma zich op dieper niveau in het lichaam heeft vastgezet. Precies dat dieper niveau wordt aangesproken bij Brainspotting. Je lichaam weet wat je bewuste brein verstopt heeft.

Brainspotting is ontwikkeld vanuit EMDR door trauma-expert David Grand. Het is een snelle en effectieve behandelmethode voor psychotrauma, emotionele blokkades, persoonlijke ontwikkeling en prestatieverbetering.

Mijn naam is Daphne, eigenaar en behandelaar van uwCONFLICT.NL. In relatie tot dit onderwerp begeleid ik mensen die kampen met de impact van (complexe) psychotrauma: Brainspotting, EMDR en CGT omvat in de basis de eerste keuze begeleiding.

Mijn begeleiding | jouw resultaat

ALS HET JE HIER NIET ZINT, GA JE TOCH LEKKER WEG?

Buitensluiten, negeren en uitschelden. Dit overkwam een vrouw die bij mij melding maakte van ongewenst gedrag op het werk. In ons eerste gesprek was zij onzeker en gespannen, zich afvragend of dit inderdaad niet oké was of dat zij het zich misschien te veel aantrok. Of ik haar daar wat over kon vertellen.

De voorbeelden die zij noemde lieten weinig ruimte voor twijfel over. Ze kreeg extra klussen, vlak voor het einde van de werkdag. Als ze dit niet afkreeg, werd zij uitgelachen. Collega's zetten de muziek hard aan als zij in de buurt was. Als zij hier een opmerking over maakte, kreeg ze de wind van voren. Dus werkte ze met oordopjes in, waardoor ze sommige informatie miste. Niemand die haar hier naderhand over inlichtte. Als zij 's ochtends op het werk kwam en goedemorgen zei, werd ze structureel genegeerd door een aantal collega's. En tja, als het je niet zint, ga je toch lekker weg?

Schrikbarend, maar toch de realiteit voor deze vrouw. Het mag duidelijk zijn dat dit grensoverschrijdend gedrag is, een situatie die haar werkgever niet zou tolereren. Als deze hier tenminste vanaf zou weten. De werkneemster wilde niet klagen, bang om overgevoelig gevonden te worden en bang dat haar collega's hierdoor in de problemen zouden komen. En misschien nog wel het meest: bang dat zij negatief beoordeeld zou worden. Daardoor zette zij de stap naar mij, om met iemand van buiten de organisatie te kunnen overleggen wat zij kon doen.

Als een melder bij mij komt, is het eerste wat ik doe er voor de melder zijn. Iemand op zijn gemak stellen, zijn of haar verhaal horen, vragen stellen. Samen kijken we wat iemand met zijn of haar melding wil. Wil je alleen je verhaal kwijt en kun je zelf verder? Soms is even praten al voldoende. Maar meestal gaan we verschillende opties verkennen: van zo informeel mogelijk tot de meer formele routes. We bespreken van elke stap de voor- en nadelen, zodat een melder zich bewust is van mogelijke gevolgen. De melder houdt altijd regie in de stappen die hij of zij zet. Ik ondersteun tot het eind van het traject en biedt nazorg wanneer nodig.

In het geval van deze vrouw heeft haar melding geleid tot een goed gesprek met haar directeur, waarna er gesprekken zijn gevoerd en intern actie is ondernomen om ongewenst gedrag en omgangsvormen bespreekbaar te maken. Haar directeur gaf aan dat hij echt hoopt dat zij een volgende keer bij hem komt, zodat hij eerder kan handelen. Hierover zijn goede afspraken gemaakt. Al schrijvende ben ik benieuwd: hoe heb jij dit bij jouw bedrijf geregeld? Zou je hier eens over willen sparren of heb je ondersteuning nodig? Neem gerust contact met me op, ik denk graag mee.

Je bereikt mij via info@danielledevriescoaching.nl of kijk op www.danielledevriescoaching.nl



NLGROEIT BRENGT HET MKB VERDER

'JE KUNT NIET ALLES ALLEEN'

De groei van het Nederlandse mkb blijft achter. Veel ondernemers lukt het niet hun bedrijf met succes naar een volgende fase te brengen. Nlgroeit hielp al ruim 10.000 mkb'ers om wel stappen te zetten. Dat moeten er nog veel meer worden, stelt directeur Saskia van Rooode. "Niemand is deskundig op alle gebieden. Wij helpen om belemmeringen weg te nemen en ondernemers te laten groeien."

Grondlegger van nlgroeit is Kees de Jong. "Een succesvol serieondernemer, die ooit startte met een onderzoeksbureau in Rotterdam," vertelt directeur Saskia van Rooode. "Toch realiseerde Kees zich dat er meer nodig was om echt stappen te kunnen zetten. Hij werkte vooral in de organisatie, niet aan de organisatie."

De Jong koos voor een groeiprogramma aan het MIT, een van de meest prestigieuze universiteiten in de VS. "Daar werd hem duidelijk dat groeiende mkb-bedrijven door verschillende fases gaan. Elke fase kent zijn eigen uitdagingen. Die problematiek is universeel; vrijwel alle groeiers krijgen ermee te maken."

BETER EN LEUKER

Het overgrote deel van het mkb blijft hangen in de eerste fases. "Door per fase gestructureerd aan de slag te gaan met specifieke knelpunten zijn bedrijven beter toegerust om te groeien. Ook maakt het ondernemen een stuk leuker."

Dit besef was voor De Jong de drijfveer om in 2016 samen met de KvK en met steun van het Ministerie van Economische Zaken te starten met nlgroeit. "Doel: ondernemers inspireren, activeren en faciliteren bij hun groeiambitie. Topondernemers als Pieter Zwart, Jitse Groen en Michiel Muller verbonden zich als ambassadeur aan het initiatief."

RUIJ 500 MENTOREN

Hart van nlgroeit is het mentorprogramma. "Daarvan hebben we er ruim 500," zegt Van Rooode. "Stuk voor stuk ervaren ondernemers die zelf de verschillende groeifases doorlopen hebben. Ze stellen 'om niet' hun kennis en ervaring ter beschikking vanuit een intrinsieke motivatie om andere ondernemers verder te helpen."

WAAN VAN DE DAG

Veel ondernemers worden opgeslokt door de hectiek van hun bedrijf. "Ze werken hard, maar niet altijd aan de goede dingen. De waan van de dag is vaak leidend. Zijn

er bij corporates allerlei programma's, het mkb moet life long learning zelf organiseren. Ondernemers gunnen zich daar vaak de tijd niet voor, nemen geen ruimte voor reflectie. Terwijl het juist goed is om tijdig ondersteuning te zoeken. En niet te wachten tot de nood aan de man komt."

HARD EN ZACHT

Nlgroeit helpt bij uiteenlopende kwesties. "Denk aan leiderschap, financiering, opschaling, personeel, fusies en overnames. Onze matchmakers zijn de schakel tussen ondernemers en mentoren. Op basis van de vraag en een groeiasessment maken zij een selectie uit ons mentorbestand. Daarbij gelden zowel harde als softe criteria; er moet een klik zijn." Ook afstand kan een criterium zijn. "Een ontmoeting face to face heeft vaak de voorkeur."

GROEIPROGRAMMA'S

Er worden meerdere mentoren voorgesteld. "De mentee geeft een gemotiveerde keuze die we voorleggen aan de beoogde mentor. Vrijwel altijd komt er dan een match tot stand en gaan ze samen met de groeivraag aan de slag." Aanvullend op het mentortraject verwijst nlgroeit desgewenst door naar samenwerkingspartners. "Daarmee zijn programma's ontwikkeld voor ondernemers met een specifieke ontwikkelingsbehoefte. Denk bijvoorbeeld aan leiderschap of het opstellen van een groeiplan."

WAARDEVOLLE DYNAMIEK.

Jaarlijks organiseert nlgroeit zo'n 25 bijeenkomsten. "Naast ons jaarevent gaat het meestal om rondtafelsessies waarbij ondernemers hun uitdagingen delen. Dit gebeurt in een kleinschalige en vertrouwelijke setting waarbij een mentor modereert." Al snel ontstaat dan een waardevolle dynamiek, constateert Van Rooode. "Het besef dat anderen met vergelijkbare kwesties worstelen, helpt enorm. Ondernemers leren van elkaars ervaringen en dat brengt iedereen verder."



Foto: Fae Milder

CHANGEMAKERS 2024: GROTER DENKEN

Het jaarevent van nlgroeit - in 2024 op 25 september in het AFAS Theater Leusden met als thema Changemakers - inspireert ondernemers om anders en groter te denken. Een dag vol verhalen van succesvolle entrepreneurs. Aanwezigen leren er van collega-groeiers en doen nieuwe vaardigheden op.

**"BEVLOGEN NETWERK
DOOR EN VOOR
ONDERNEMERS
ONDERSTEUNT BIJ
GESTRUCTUREERDE
GROEI."**



GEMEENTE STIMULEERT

Utrecht vroeg nlgroeit om het scale-upklimaat in deze gemeente te helpen verbeteren. “Dat doen wij graag,” zegt Saskia van Rooode. “We staan er zeker voor open met andere gemeenten in gesprek te gaan over een vergelijkbare samenwerking. Zo kunnen wij onze impact nog verder vergroten.”

BESCHIEDEN BIJDRAGE

Nlgroeit is onafhankelijk; er is geen commercieel belang. Ondersteuning staat open voor ondernemers met bedrijven vanaf 1 miljoen euro omzet en minimaal 4 fte. “De eerste zes jaar kwam 90% van het budget van het ministerie van EZK. Onze diensten waren kosteloos. Toen het ministerie de ondersteuning fors terugbracht, is ervoor gekozen een lidmaatschapsbijdrage te vragen. Die is met 295 euro per jaar zeer bescheiden. Daarvoor krijgen leden onbeperkt toegang tot het mentorennetwerk en de rondetafel sessies. Dit lage bedrag is mogelijk omdat mentoren geen vergoeding vragen. Ook het bestuur zet zich onbezoldigd in.”

10.000 ONDERNEMERS

Regelmatig onderzoekt nlgroeit het effect van haar activiteiten. “Daaruit blijkt dat onze ondersteuning ondernemers daadwerkelijk helpt naar

een volgende groeifase. Sommige deelnemers maken zelfs een zodanige ontwikkeling door dat ze later als mentor actief worden. Dan is de cirkel rond.”

Sinds 2016 zijn meer dan 10.000 ondernemers ondersteund. “Toch werken we nog steeds hard aan het vergroten van onze naamsbekendheid,” stelt Van Rooode. “Qua ontwikkeling blijft het Nederlandse mkb immers nog altijd achter. Te weinig bedrijven met potentie slagen erin om structureel door te groeien. Wij kunnen helpen om de belemmeringen daarbij weg te nemen. Niemand is deskundig op alle gebieden; je kunt simpelweg niet alles alleen. Zeker niet in een tijd waarin ontwikkelingen elkaar razendsnel opvolgen. Daarom: doe een beroep op nlgroeit. Met een bevolgen netwerk door en voor ondernemers ondersteunen wij bij een gestructureerde groei.”

Meer informatie: nlgroeit.nl



Saskia van Rooode: “Het mkb moet life long learning zelf organiseren.”



FOLKERS

TOEGANGSTECHNIEK

Folkers Toegangstechniek ontwerpt, levert, monteert en beheert innovatieve oplossingen op het gebied van (prefab) draai- en schuifpoorten, slagboominstallaties, bollards (wegzinkbare palen), speedgates, toegangscontrole, (video) intercom en CCTV (camera) installaties.

De grote inzet en flexibiliteit, de teamgeest in combinatie met de uitgebreide kennis van de componenten staan aan de grondslag van ons succes. Al bijna 20 jaar doen wij dit met passie in een team van leveranciers, opdrachtgevers en onze eigen mensen. Dat voelt je, dat merk je.

Wij informeren adviseurs, architecten en eindgebruikers over onze producten en systemen. Wij zijn werkzaam in Nederland en België. Installateurs, overheidsinstellingen, bedrijven en particulieren behoren tot onze klantenkring.

Mogen we u binnenkort ook verwelkomen?



Onze gespecialiseerde medewerkers staan graag voor u klaar

Telefoonnummer: 033 24 66 438
Email: info@folkers-tt.nl

Zeilmaker 2
3861 SM NIJKERK



JULIA VOSKUILEN-VAN KOOIJK

Coach & CREF behandelaar
www.toppaardencoaching.nl

WIE BEN IK?

Dat is een interessante vraag waar slechts enkelen direct antwoord op hebben. Zelfs ik moet erover nadenken, hoewel ik meestal heel goed weet wie ik ben en waar ik voor sta.

Laat me een korte schets van mijn leven geven: Ik heb op een middelbare school gewerkt en nu run ik een eigen praktijk als paardencoach. Dit jaar word ik psychosociaal therapeut, waardoor ik iedereen met een hulpvraag kan ondersteunen.

Ik heb in het buitenland gewoond, was lange tijd een alleenstaande ouder, vond opnieuw de liefde en die werd bekroond door nog twee keer moeder te mogen worden. Mijn kinderen groeien op in vrijheid, omringd door koeien en paarden. Mijn dromen zijn uitgekomen, ondanks dat ik ook zeer donkere tijden heb meegemaakt waarin dit alles onmogelijk leek.

Hier zijn nog een paar uitspraken die mij typeren, om het beeld compleet te maken.

Alles mag er zijn.

Er is geen goed of fout; het is zoals het is.

Mislukken bestaat niet; alles is een leerervaring.

Elke uitdaging vereist een holistische benadering; het is niet simpelweg zwart of wit.

Ieder individu is uniek en vereist een eigen vorm van begeleiding en interactie.

In mijn praktijk richten we ons op slechts één doel: jouw persoonlijke ontwikkeling.

Was het hard werken om hier te komen? Ja! Zou ik het hebben willen missen? Nee, absoluut niet. Het heeft me gemaakt tot wie ik nu ben.

Nu hoop ik anderen te inspireren en hen met behulp van mijn paarden en de kennis die ik bezit te helpen groeien en bloeien.

Mijn vraag aan jou is: weet jij al wie je bent?

Als je nog worstelt met die vraag, nodig ik je graag uit om samen met mij en de paarden op een prachtige plek te beginnen aan jouw persoonlijke groei en ontwikkeling. Het maakt niet uit welke rol je speelt in het bedrijfsleven, of je tussen twee banen in zit, of dat je huisvader of -moeder bent; iedereen is welkom!



Activeer het verborgen potentieel in jouw organisatie

Ben jij klaar voor verandering en wil je je projecten naar een hoger niveau tillen? ProjectPilot helpt je verborgen talenten te activeren en je team vol vertrouwen en kracht naar de toekomst te leiden.

Gebruik de kracht van je eigen medewerkers en creëer een cultuur van succes, zelfs in tijden van personeelstekorten.



Check de website

Neem direct contact op met ProjectPilot en zet de eerste stap naar een succesvolle transformatie.

www.projectpilot.nl | info@projectpilot.nl



Wim Rutten

1

» Toe aan een nieuwe website?

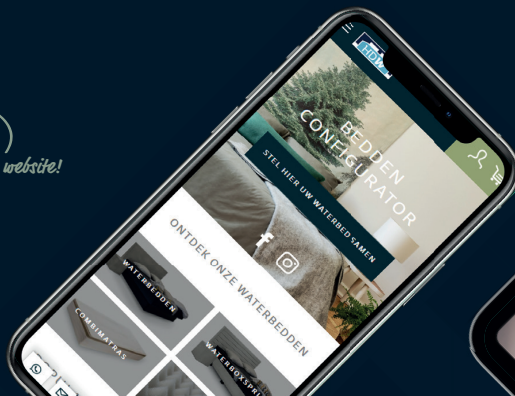


van
munster
media
factory

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



Check de website!



WAAROM JOUW BEDRIJF ICT MET EEN PERSOONLIJKE AANPAK NODIG HEEFT



Onbekend maakt onbemind - en dat geldt ook voor je ICT-partij. Bij Yellow Spring horen we het regelmatig van nieuwe klanten: ze werkten samen met een lokale ICT'er en die werd overgenomen door een grote club, waarna ze de verbinding misten. Wij gaan uitdrukkelijk voor de persoonlijke aanpak. Korte lijntjes en dat je als klant weet wie je verder helpt. Waarom jouw bedrijf dat nodig heeft? Dat lees je in dit artikel.

BEHOEFTE AAN EEN LOKALE PARTNER

We zien in de regio een trend van kleine ICT-partijen die worden overgenomen door grotere bedrijven. De klanten van die kleine partijen, vaak lokale MKB'ers, zijn gewend aan samenwerken met hun 'eigen' ICT'er en lopen na de overname tegen een muur aan. Ze weten niet wie ze kunnen benaderen voor ondersteuning en krijgen nauwelijks telefonisch contact, maar gewoon een ticket aanmaken en hopen dat het goed komt, dat voelt ook niet prettig. Zo zijn bedrijven als Top's Edelgebak en Ballonvaartcentrum Van Manen bij Yellow Spring terechtgekomen - vanuit de behoefte aan een lokale partner, die benaderbaar is en waarmee je een persoonlijke band opbouwt.

DIE PERSOONLIJKE AANPAK IS BELANGRIJK OM EEN AANTAL REDENEN: KANT-EN-KLAAR WERKT NIET

Jouw bedrijf heeft een unieke cultuur, werkwijzes en doelen. Als je daar een kant-en-klaar ICT-plan overheen legt, werkt het niet. Een ICT-partner moet juist jouw bedrijf kennen als zijn broekzak en oplossingen bedenken die naadloos aansluiten op wat jij wil bereiken, maar ook op de stand van zaken binnen je onderneming.

Wil je bijvoorbeeld gaan werken in de cloud? Dan kunnen we simpelweg een cloudwerkplek voor je klaarzetten en je de factuur sturen, maar we kunnen ook samen gaan kijken hoe jij écht profijt uit die werkplek haalt. Bijvoorbeeld door alle onderdelen van je Microsoft 365 abonnement volledig te benutten. In zulk maatwerk zit een grote meerwaarde.

JE 'EIGEN' CONSULTANT WERKT SNELLER EN PRETTIGER

Stel je voor: je klantsysteem is vastgelopen en je kunt niet verder werken. Ten einde raad bel je je (grote) ICT-partij, waar je een bandje krijgt. Na een minuut of 20 in de wacht staan, besluit je een ticket voor ze aan te maken. In de e-mailbevestiging staat dat je vraag binnen 48 uur wordt opgepakt.

Klinkt niet zo goed, hè? Nu een ander scenario: je systeem is vastgelopen en je belt je eigen, lokale ICT'er. Je krijgt meteen je 'eigen' consultant, Herman, aan de lijn. Herman luistert naar je verhaal, weet waar je het over hebt en gaat aan de slag. Binnen een uurtje heeft hij het probleem opgelost en is je bedrijf weer up and running. We willen maar zeggen: het werkt sneller en prettiger als je weet wie je aan de lijn krijgt. En als je consultant jouw bedrijf en jouw ICT kent en meteen de nodige actie kan ondernemen.

EN DIE CONSULTANT LOOPT EEN STAPJE HARDER VOOR JE

Je zou je ICT'er niet alleen moeten spreken als er een probleem is. Bij Yellow Spring vinden we het belangrijk om periodiek bij onze lokale partners langs te gaan. Op zo'n 'floorwalking'-dag drinken we samen een kop koffie, lopen we een rondje langs je medewerkers om te kijken waar ze tegenaan lopen en verhelpen we meteen die kleine ICT-irritaties die niet erg genoeg zijn om een ticket voor aan te maken. En: je medewerkers hebben daarna een gezicht bij de ICT-ondersteuning en weten wie ze kunnen bellen.

OOK WERKEN MET EEN ICT-PARTIJ DIE ALTIJD DICHTBIJ IS?

We laten je graag zien hoe onze persoonlijke aanpak jouw bedrijf verder helpt. Neem contact op via service@yellowspring.nl of bezoek onze website voor meer informatie: www.yellowspring.nl.



FRITS EVENTS

Ontzorgen dat is Frits Events, een full service organisatiebureau waar de opdrachtgever, kwaliteit, creativiteit en service op nummer 1 staan. Frits Events houdt zich bezig met de organisatie, verzorging, productie en uitvoering van allerlei soorten evenementen en feesten.

Frits Events staat garant voor een op en top klasse event, feest, borrel, bruiloft voor zakelijk en prive. Tevens hebben wij een party verhuur bedrijf (Frits Partyverhuur). Ook hierin bieden wij een meest uitgebreide collectie, topservice en uiteraard de beste prijs.

Bent u op zoek naar een partner voor uw feest of event welke verstand van zaken heeft?

Wij komen graag vrijblijvend bij u langs.



Frits Events
Watergoorweg 71a
3861 MA Nijkerk

033-2580598 / 06-57832010
Internet: www.fritsevents.nl
e-mail: info@fritsevents.nl

Socials: Insta FB Linkdin
Frits Events / Gerben Viester

WIST JE DAT DE HELFT VAN JE NIEUWE MEDEWERKERS BINNEN 18 MAANDEN WEER VERTREKT?



GERALDINE SEPTER
CEO The LiveLab Company
www.thelivelabcompany.nl

Schokkend, toch? Succesvolle Onboarding? Jij en je team zijn verantwoordelijk!

Eindelijk, na maanden van werven en selecteren, in deze krappe arbeidsmarkt heb je een nieuwe medewerker gevonden. De eerste werkdag staat voor de deur. Nu begint de echte uitdaging: de onboarding.

Onboarding is geen formaliteit, het is de sleutel tot succes. Onderzoek toont aan dat slechts 29% van de medewerkers na de onboarding klaar is om te excelleren in hun nieuwe rol. En wist je dat de helft van de nieuwe medewerkers alweer vertrekt binnen 18 maanden? Schokkend, toch? Daarom moet onboarding geen bijzaak zijn, maar een strategische prioriteit.

DUIDELIJKHEID VANAF DAG ÉÉN

Een nieuwe medewerker komt in een onbekende omgeving terecht. Hoewel de vacaturetekst helder was, blijft er nog een reeks vragen over die onzekerheid kunnen zaaien. Hoe laat moet ik aanwezig zijn? Waar kan ik parkeren? Met wie lunch ik? Deze vragen lijken simpel, maar kunnen een enorme impact hebben op hoe welkom een nieuwe medewerker zich voelt. Zorg dus voor duidelijke communicatie, zowel praktisch als werkgericht.

Geef antwoord op vragen nog voordat ze gesteld worden, en biedt een buddy aan die de nieuwe medewerker bij de hand neemt. Dit helpt om niet alleen de werkdruk te verlichten, maar ook om een solide basis te leggen voor de rest van hun carrière binnen jouw organisatie.

HYBRIDE WERKEN EN ONBOARDING

De rol van de leidinggevende en het team tijdens de onboarding is cruciaal. Het is niet voldoende om jouw nieuwe medewerker simpelweg voor te stellen en daarna aan het werk te zetten. Let hier ook goed op met hybride werken. Wanneer zijn jullie op kantoor en wanneer werk je thuis? Leaders en teamleden moeten aanwezig zijn, vooral in die eerste week.

VOORBIJ DE HONEYMOONFASE

De eerste weken zijn vaak rozengeur en maneschijn. Alles is nieuw en spannend, maar de echte test komt pas daarna, als de nieuwigheid eraf is en de dagelijkse realiteit begint. Daarom is het cruciaal om in deze periode te blijven investeren in jouw nieuwe medewerker. Het is niet genoeg om af te vinken dat je medewerker is ingewerkt: het gaat erom dat ze zich echt onderdeel voelen van jouw team en de organisatie.

CONCLUSIE: EEN WARM WELKOM BETAALT ZICH TERUG

Onboarding is geen taak die je kunt affaffelen. Het is een investering in de toekomst van jouw organisatie. Door je te verplaatsen in je nieuwe medewerker, door duidelijkheid te bieden, betrokken te blijven en te luisteren, leg je een fundament voor succes. Een goede onboarding zorgt niet alleen voor tevreden medewerkers, maar ook voor productiviteit en loyaliteit op de lange termijn. Dus, waar wacht je nog op? Verplaats je samen met jouw team in je nieuwe collega en maak van zijn of haar start een vliegende!

Het doel van The LiveLab is jouw team en leiders succesvol te maken. We helpen bij jouw organisatie-uitdagingen, op welke manier dan ook, dus ook met onboarding. Dat begint altijd bij jou als leider. Ondernemers, managers, directieleden, noem maar op. Als leider heb jij een visie, maar nog niet de skills om daar te komen. Die visie heeft onze volledige focus. We koppelen je aan een ervaren mentor. Samen bepalen we waar knelpunten zitten en vervolgens komen we met een plan om deze te verbeteren. Geen trucjes, maar op een manier die passend is bij jou en je team. Dat kan gaan over 1-op-1 begeleiding, het trainen van specifieke vaardigheden en het bouwen van een functionerend team. We doen wat nodig is. Het doel is dat je in control en toekomstbestendig bent. Het moeiteloos voelt en je team zijn doelen behaalt.

Hulp nodig bij het vormgeven van een optimaal team met passend leiderschap, waarbij je nieuwe medewerkers blijvend kan binden en boeien? Neem contact op met The LiveLab Company.

www.thelivelabcompany

CROP CORPORATE FINANCE ADVISEERT ONDERNEMERS VROEGTIJDIG NA TE DENKEN OVER BEDRIJFSOVERNAME

WERKEN AAN DE WAARDE

Een goede ondernemer denkt strategisch vooruit, maar stippelt niet altijd het eigen pad uit: ‘Wil ik de zaak op een bepaald moment verkopen?’ Zo ja, in wat voor hoedanigheid? ‘In feite is het nooit te vroeg om dat eens voor jezelf op een rijtje te zetten,’ zegt Herber Blokland, partner bij CROP corporate finance. ‘Misschien wel eerder te laat, in sommige situaties. Alleen al voor het verkoopklaar maken van je bedrijf heb je gemiddeld twee tot drie jaar nodig.’



Herber Blokland (rechts), partner bij CROP corporate finance, raadt ondernemers aan om tijdig een plan te trekken ten aanzien van de toekomst.

CROP corporate finance, met vestigingen in Utrecht, Amersfoort, Ede, Arnhem en Hoofddorp, kent de cases. ‘We zijn met drie compagnons en elk van ons draait al zo’n dertig jaar mee in deze tak van sport: bedrijfsovernames,’ aldus Blokland. ‘Een onderwerp dat bij veel ondernemers niet direct op de agenda staat, terwijl wij ons kunnen voorstellen dat veel van hen daar toch heus weleens over zullen nadenken. Zeker als je de vergrijzing binnen de

maatschappij in aanmerking neemt. Leeftijd hoeft natuurlijk niet de enige aanleiding te vormen om verkoop van het bedrijf in overweging te nemen. Het kan ook gaan om gezondheid, familieomstandigheden of verschil van inzicht tussen compagnons, hetgeen trouwens zeker niet per definitie een negatieve lading hoeft te hebben. Wellicht ziet de één ergens groeikansen en biedt een splitsing van de activiteiten dan een oplossing. Soms beïnvloeden verande-

rende marktomstandigheden de perspectieven of sta je voor grote investeringen om toekomstbestendig te blijven. Kijk maar naar de verduurzaming van de transportsector. Uiteraard kun je er als ondernemer ook kiezen om niet het hele bedrijf in één keer te verkopen, maar in eerste instantie een deel, waarbij je een stuk vermogen dat in de zaak vastzit veiligstelt om dromen te realiseren. Bijvoorbeeld als je jezelf te jong vindt om al te stoppen.’

PERSOONLIJKE AGENDA

Blokland raadt ondernemers aan om tijdig een plan te trekken ten aanzien van de toekomst. "Het juiste moment om de zaak eventueel te verkopen staat of valt met de persoonlijke agenda. Van daaruit moet je al gauw een jaar of vier, vijf terugtellen. Een overnametraject bestrijkt in de regel tussen de zes en de twaalf maanden en vergeet niet dat je ook tijd nodig hebt om de onderneming verkoopklaar te maken. Dat neemt al gauw een jaar of twee, drie in beslag, wil je het maximale eruithalen. We noemen dat 'werken aan de waarde'. Waar sta je nu en aan welke knoppen moet je draaien om deze te vergroten? Wacht niet tot het moment dat je gezondheid je misschien wel in de steek laat, dat het ondernemen je begint tegen te staan of de financiële resultaten afglijden. Trouwens, stel dat er een ineens een kandidaat op de stoep staat die interesse toont, terwijl je zaak nog niet verkoopklaar gemaakt is. Dan denk je: 'Had ik dit maar eerder voorbereid.' Verlies je op enig moment de motivatie, dan gaat je scherpste achteruit en komt de ontwikkeling van het bedrijf tot stilstand. Daar waar een jonge, frisse ondernemer met nieuw elan de draad zou kunnen oppakken, wat ook de aantrekkingskracht voor personeel vergroot. Bij familiebedrijven geldt het net zo goed, wanneer senior het lastig vindt om afstand te nemen, maar eigenlijk te oud wordt om de processen te blijven aansturen."

RESULTATEN EN RISICO'S

Werken aan de waarde heeft volgens Blokland twee kanten. "Enerzijds de financiële resultaten optimaliseren, wat begint met ze optimaal in kaart te brengen. Misschien liggen er mogelijkheden om de marges te verhogen en de kosten te drukken. Neem ook je werkkapitaal onder de loep. Wanneer je te laat factureert en je debiteurenbeheer niet goed voor elkaar hebt, laat je maanden aan omzet openstaan en dat scheelt fors in de waarde. Onderzoek de opties om terugkerende omzet te genereren, bijvoorbeeld door producten in abonnementsvorm aan te bieden. Verkoop online levert wellicht meer traffic en minder kosten op dan fysieke acquisitie. Het andere aspect bij werken aan de waarde is het terugdringen van risico's. Zo maakt een klantenkring met een paar grote afnemers een onderneming kwetsbaar, net als een te sterke afhankelijkheid van de DGA. Allemaal zaken die we bij CROP graag eens onder de aandacht brengen tijdens een vrijblijvend gesprek. Daarna gaan we, als de ondernemer daaraan behoefte heeft, de diepte in. Er bestaan goede rekenmodellen die inzichtelijk maken wat het aanpassen van processen om de waarde van de organisatie te verhogen in theorie zou schelen. Dat kan al een trigger vormen om eens serieus over verkoop te gaan nadenken."

ORIËNTEREND GESPREK

Naast de rol van klankbord voor de ondernemer en begeleiding in het verkoopklaar maken van het bedrijf in kwestie vormt CROP corporate finance een ervaren partner om het overnametraject in goede banen te leiden en daar het maximale uit te halen voor de opdrachtgever. Blokland: "In overleg stellen we een informatiememorandum op, zeg maar een soort brochure. Ook stemmen we met elkaar af hoe we het proces aanvliegen: breed de markt benaderen, potentiële kopers selecteren of een variant die daartussen zit? Welke typen kandidaten passen daarbij? Een investeringsmaatschappij, een strategische partij, een branchegenoot cq concurrent, een andere schakel in keten of misschien wel een familielid? Indien we in overleg besluiten om het bedrijf op één van de grote online-overnameplatforms te presenteren, gebeurt dat heel discreet met een anoniem profiel. Wij begeleiden onze cliënt in het voeren van de gesprekken, het beantwoorden van kritische vragen van de andere zijde, de onderhandeling en de fase bij de notaris. Soms ook nog daarna, in geval van een earn-outregeling. Voor het echter zover is, liefst jaren eerder, ontvangen we de ondernemer graag eens voor een kosteloos oriënterend gesprek, om tijdig te sturen op de toekomst."

www.crop.nl





FAMILIEBEDRIJVEN VERGROTEN ECONOMISCHE STABILITEIT

ZUINIG ZIJN OP STILLE KRACHT

Familiebedrijven zijn van groot belang voor de Nederlandse economie. Zij zijn goed voor een kwart van alle omzet en toegevoegde waarde. Toch lijkt verreweg de meeste aandacht uit te gaan naar beursgenoteerde corporates, startups en snelgroeiende techbedrijven. Recente onderzoeken brengen de meerwaarde én knelpunten van familiebedrijven in kaart. Meer oog van de politiek voor hun specifieke problematiek is nodig. De bedrijfsopvolgingsregeling is een heet hangijzer.

FBNed – netwerk voor eigenaren van familiebedrijven – constateert dat het belang van het familiebedrijf in Nederland wordt ondergewaardeerd. Daarom kreeg SEO Economisch Onderzoek opdracht om de impact van familiebedrijven in kaart te brengen. Dit leidde tot het rapport ‘De maatschappelijke bijdrage van familiebedrijven in beeld’ dat in maart 2024 verscheen.

STEUNPILAAR

Van de 490.000 Nederlandse bedrijven met medewerkers in dienst zijn er zo’n 300.000 een familiebedrijf. Bijna één op de drie Nederlanders werkt bij zo’n onderneming. “Familiebedrijven zijn een belangrijke steunpilaar voor de Nederlandse samenleving,” meldt Bas ter Weel bij de lancering van de onderzoeksresultaten. Ter



Weel is directeur van SEO en hoogleraar economie aan de Universiteit van Amsterdam. “Familiebedrijven vergroten de macro-economische stabiliteit en dempen de effecten van economische schommelingen door een hogere mate van liquiditeit en solvabiliteit. Met lagere maatschappelijke kosten tot gevolg. Ons onderzoek laat zien dat familiebedrijven stabiel zijn in onzekere tijden. Daar moeten we zuinig op zijn.”

ULTIEME TESTCASE

Eigenaren staan zelf aan het roer bij familiebedrijven. Die kunnen daardoor bij veranderingen sneller bijsturen, stelt SEO. Uit internationaal vergelijkend onderzoek blijkt dat familiebedrijven vaker het hoofd boven water houden tijdens crises en recessies. Ook blijft meer werkgelegenheid behouden.

De uitbraak van COVID was de ultieme testcase. Tijdens de lockdowns was de overheidssteun aan familiebedrijven 18 procent lager dan de steun aan niet-familiebedrijven, zoals beursgenoteerde ondernemingen en bedrijven in handen van private investeerders. Ook hielden zij meer mensen aan het werk.

De lagere maatschappelijke kosten van familiebedrijven verklaart SEO door hun kenmerkende karakteristieken. Dankzij de grotere financiële buffer hadden zij in coronatijd minder overheidssteun nodig om hun werknemers te betalen, in dienst te houden en de vaste lasten te betalen.

LANGETERMIJNPERSPECTIEF

Naar aanleiding van onderzoeksresultaten benadrukt FBNeD-directeur Albert Jan Thomassen dat familiebedrijven zorgen voor economische en maatschappelijke stabiliteit. “Het langetermijnperspectief van familiebedrijven is niet alleen gericht op het belang van de aandeelhouders maar van alle stakeholders. Dat zorgt voor een langdurige betrokkenheid van een stabiele groep eigenaren, een hechte band tussen familie en werknemers, sterke regionale verbondenheid en continue investeringen in innovatie.”

WEINIG VERTROUWEN

Desondanks heeft de politiek te weinig oog voor het belang van familiebedrijven, als stille kracht van de Nederlandse economie. Dit blijkt uit een panelonderzoek van Nyenrode Business Universiteit, RSM en Van Lanschot Kempen onder directeuren en eigenaren. Het onderzoek vond plaats in het najaar van 2023, ruim

voor de verkiezingen en de kabinetsvorming. Aangezien de nieuwe regering nog amper heeft geregeerd, is de mening van familieondernemers uit dit onderzoek nog altijd actueel. Het blijkt dat 85% van de directeurs en eigenaren van Nederlandse familiebedrijven vindt dat de politieke partijen te weinig rekening houden met hun belangen. Slechts 5% had er vertrouwen in dat de verkiezingen positief zullen uitwerken voor het familiebedrijf. Ruim 78% denkt dat een nieuw kabinet de belemmeringen waar het familiebedrijf op dit moment mee te maken heeft, niet goed gaat aanpakken.

BLIJVEN ONDERNEMEN

“Het wordt tijd dat de politiek meer aandacht gaat besteden aan familiebedrijven”, aldus Roberto Flören bij de lancering van de onderzoeksresultaten. Hij is RSM-hoogleraar Familiebedrijven en Bedrijfsoverdracht bij Nyenrode Business Universiteit.

“Familie- en mkb-bedrijven zijn een belangrijke economische motor,” vult Mark Buitenhuis (Managing Director Private Banking Regio's bij Van Lanschot Kempen) bij dezelfde gelegenheid aan. “De politiek zou meer oog moeten hebben voor hun belangen zodat ook volgende generaties kunnen blijven ondernemen en werkgelegenheid kunnen blijven verschaffen.”

NIET VANZELSPREKEND

Nyenrode, RSM en Van Lanschot Kempen publiceerden in mei 2024 een volgend panelonderzoek. Daaruit blijkt dat op dit moment ruim 85.000 familiebedrijven (zo'n 29%) bezig zijn met het proces van eigendomsoverdracht. Bijna de helft van de eigenaren wil dat het bedrijf in familiehanden blijft. Toch is het niet vanzelfsprekend dat het eigendom wordt overgedragen naar de nieuwe generatie. Belangrijke overwegingen voor een externe overdracht zijn onder meer de groei van het bedrijf, toekomstverwachtingen van de branche en capaciteiten en interesses van de nieuwe generatie. Verder is bijna 20% van de eigenaren van familiebedrijven afhankelijk van de verkoopopbrengst voor hun oude-dagsvoorziening.

ZEKERHEID

“De overdracht van de eigendom van een familiebedrijf is een onvermijdelijk onderdeel in de levensfase van bedrijven,” stelt Laura Bles-Temme, Co-managing Partner RSM Netherlands

in een toelichting op het onderzoek. Daarbij spelen zowel emotionele als rationele afwegingen een rol. “Bij een overdracht aan familie kan onder voorwaarden gebruik gemaakt worden van de bedrijfsopvolgingsregeling (BOR) en doorschuif Faciliteiten. Dit heeft grote impact op de hoeveelheid belasting die betaald moet worden en dit speelt vaak een wezenlijke rol in een traject van bedrijfsoverdracht. Zekerheid over de financiële gevolgen is voor families van groot belang.”

EENVOUDIGER EN ROBUUSTER

Doel van de regelingen die gelden bij overdracht aan de volgende generatie is om te voorkomen dat voortzetting van het bedrijf moeilijker of zelfs onmogelijk wordt door de grote bedragen aan schenk- of erfbelasting. Het demissionaire kabinet bracht een aantal maatregelen in internetconsultatie die de BOR en de doorschuifregeling (DSR) eenvoudiger en robuuster moeten maken.

TOEGANG BEPERKEN

Tot nu toe kan iedereen met een aanmerkelijk belang gebruik maken van de BOR, ongeacht de omvang van het aandelenpakket. Bij een beperkt aanmerkelijk belang is volgens het demissionaire kabinet echter eerder sprake van beleggen dan van ondernemen. Dit leidde tot het voorstel om per 2026 de toegang tot BOR en DSR te beperken tot gewone aandelen met een minimaal belang van 5%. Andere maatregelen moeten onbedoeld gebruik van de BOR via zogenaamde rollatorinvesteringen en dubbel-BOR tegengaan. Bedoeling is dat de wijzigingen onderdeel vormen van het Belastingplan 2025.

ONDUIDELIJKHEID TROEF

In oktober 2023 nam de Tweede Kamer een amendement aan op grond waarvan de toegang tot opvolgingsfaciliteiten juist verruimd wordt. Op grond hiervan is de zogeheten verwateringsregeling vanaf volgend jaar ook van toepassing bij overdracht van aandelenbelangen kleiner dan 0,5%. Hierdoor blijven versnipperde belangen toch in aanmerking komen voor opvolgingsfaciliteiten. Dit speelt vooral bij familiebedrijven met veel erfgenamen en daardoor sterk verwaterde belangen.

De gang van zaken leidt tot veel onduidelijkheid over de daadwerkelijke invulling van de opvolgingsregelingen. Zelfs experts kunnen nog geen zekerheid geven. De bal ligt bij het nieuwe kabinet.



Tom Baerends
(06) 30 26 21 26

✉ ede-veenendaal@financieringsgilde.nl

🌐 www.financieringsgilde.nl



FINANCIERINGSGILDE

Ede-Veenendaal

Al 250 ondernemers gingen je voor!



Beste voorwaarden

Vergelijk samen met jouw adviseur meer dan 100 producten. Ook die van je eigen bank.



Grootste slagingskans

In één keer succesvol door onze onderbouwing op alle belangrijke onderdelen.



Voordeel

Ontvang korting op je afsluitkosten, omdat wij als collectief voor je onderhandelen.



Geen gedoe

Jouw persoonlijk adviseur regelt alles voor je. Van aanvraag tot financiering.

HOELANG DUURT HET PROCES VAN DE VERKOOP VAN EEN ONDERNEMING?

Een veel gestelde vraag is: hoelang duurt het voordat mijn bedrijf is verkocht? Wat de duur van een overnametraject is, is niet zomaar aan te geven, omdat dit afhankelijk is van verschillende factoren. In het algemeen zijn er wel een aantal terugkerende fases in het aan- of verkoopproces van onderneming te onderscheiden. Elke fase heeft een gemiddelde tijdsduur. Door de gemiddelde duur per fase bij elkaar op te tellen, ontstaat dus een indicatie van de totale doorlooptijd.



HET VERKOOPPROCES BESTAAT SIMPEL GEZEGD UIT VIJF FASEN:

Strategische analyse
Vorbereiding
Acquisitie
Onderhandeling
Transactiedocumentatie en afronding

FASE 1: DE STRATEGISCHE FASE

De eerste fase omvat het bepalen van de verkoopstrategie, het opstellen van de waardering van de onderneming en het in grote lijnen plannen van de transactie. Deze fase duurt gemiddeld tussen de 4 en 6 weken, afhankelijk van de beschikbaarheid en de kwaliteit van (financiële) informatie en de daadwerkelijke bereidheid van verkopers om het verkooptraject te starten. In de praktijk blijkt dat het verkopen van een bedrijf vaak gepaard gaat met veel emotie. Er moet immers afscheid worden genomen van het bedrijf. Hierdoor worden beslissingen soms minder snel genomen, waardoor deze fase daardoor langer duurt.

FASE 2: DE VOORBEREIDINGSFASE

Vervolgens worden de voorbereidingen getroffen, zoals het uitwerken van de verkoopstrategie met een plan van aanpak, het opzetten van de transactiestructuur, het opstellen van een informatiememorandum van de onderneming en de eerste (voor) selectie van potentiële kopers. De voorbereidingsfase duurt gemiddeld tussen de 2 en 4 weken.

FASE 3: DE ACQUISITIEFASE

Deze bestaat uit het benaderen van (geselecteerde) potentiële kopers, het voeren

van oriënterende gesprekken en vervolgens het ontvangen van indicatieve biedingen. Afhankelijk van het bedrijf dat verkocht wordt, de interesse van potentiële kopers en het aantal gesprekken, zal deze fase gemiddeld 2 maanden in beslag nemen. Vaak loopt deze fase vloeiend over in fase 4.

FASE 4: DE ONDERHANDELINGSFASE

In deze fase vinden de onderhandelingen plaats, waarbij met sommige potentiële kopers nog kennis gemaakt moet worden (fase 3). Deze fase omvat het zoeken en beoordelen van de juiste match met de wensen en eisen van de ondernemer. Vaak vinden er nog aanvullende gesprekken plaats met de partijen om de biedingen te bespreken en verder te onderhandelen. De onderhandelingen zijn bedoeld om tot een akkoord op hoofdlijnen te komen. Ook hier kan de duur variëren, afhankelijk van het aantal geïnteresseerde partijen en hoe snel zij tot overeenstemming willen komen. Over het algemeen duurt deze fase 2 tot 4 weken.

FASE 5: DE TRANSACTIE- EN AFRONDINGSFASE

Het laatste deel van het verkoopproces bestaat uit het tekenen van de intentieovereenkomst en het uitvoeren van een due diligence-onderzoek. Vooral het due diligence-onderzoek is een fase waar veel ondernemers tegenop zien vanwege de duur en de impact op de onderneming en ondernemer. Een due diligence-onderzoek kan veel tijd in beslag nemen. De duur hiervan hangt af van de omvang van het bedrijf en de kwaliteit van de administratie. Uiteindelijk moeten de koopovereenkomst en andere

transactiedocumenten worden opgesteld, uitonderhandeld en uiteindelijk ondertekend. Soms loopt het financieringsproces voor de koper parallel aan het due diligence-traject. In totaal schatten we de duur van deze fase op 2 tot 4 maanden.

WAT DE DUUR OOK IS, BEGIN OP TIJD

Samengevat varieert een verkoopproces van een onderneming tussen de 8 en 18 maanden, afhankelijk van hoe snel de juiste partij wordt gevonden en hoelang de onderhandelingen duren. Daarom is het belangrijk om op tijd te beginnen met de voorbereidingen, ook al gaat de bedrijfsovername pas over enkele jaren spelen. Het financieel klaarmaken van de onderneming betaalt zich altijd uit bij een bedrijfsovername.

Wilt u meer weten over de waarde van bedrijf? Via <https://www.mkbap.nl/waardescan> kunt u gratis uitvoeren. Onze waardescan geeft een helder en indicatief beeld van de waarde van uw onderneming. Dit is van groot belang bij het plannen van een verkoop, of dat nu op korte of lange termijn is.

Wilt u liever direct een vertrouwelijk gesprek met één van de overnamespecialisten? We zijn direct bereikbaar via 085 - 06 04 700 en www.mkbap.nl/waardescan

BERT VAN KRUISTUM INNOVEERT WERKOMGEVING MET ISO GROEP

Al ruim 35 jaar kleurt Bert van Kruistum uit Veenendaal de regio met hoogwaardige schilder- en glaszetdiensten. Het bedrijf verhuisde onlangs naar een nieuw pand en ging daarna direct aan de slag met de migratie van een verouderde server naar een Microsoft 365 werkplek. Hoewel de overgang naar een moderne IT-omgeving noodzakelijk was, bracht dit uitdagingen met zich mee. Zo moesten bepaalde applicaties en bestanden nog toegankelijk blijven op de oude server. De vraag was: hoe zorg je ervoor dat alles vlekkeloos verloopt en de zaak door kan blijven draaien?

BERT VAN KRUISTUM

Met een klantenbestand dat varieert van particulieren tot Verenigingen van Eigenaren (VvE's) en zakelijke klanten, is Bert van Kruistum een bekende naam in Veenendaal en omstreken. Het bedrijf is in het bezit van de VCA** certificering als het VGO-keurmerk, wat niet alleen de kwaliteit van hun werk garandeert, maar ook de veiligheid op de werkvloer waarborgt. "We werken nauw samen met onze ketenpartners om te zorgen voor veilige en duurzame oplossingen", zegt Johan van Amerongen, mede-eigenaar en de bouwkundig expert binnen het bedrijf.

Stap naar moderne Microsoft 365 werkplek
Het was noodzakelijk om de IT-infrastructuur te moderniseren. "Onze oude server en on-premises werkplekken waren verouderd en de behoefte aan een efficiënter systeem werd steeds dringender", vertelt Janine van Kruistum, die binnen het bedrijf alles aanpakt wat op haar pad komt. Ze vervolgt: "Hiermee ontstond ook de wens voor een nieuw facturatie- en verloonpakket. We kozen voor Exact in de cloud. Ook ons calculatieprogramma Gilde draait nu in de cloud."

IT-OPLOSSINGEN VAN ISO GROEP

De ISO Groep werd ingeschakeld om de migratie te begeleiden en de timing bleek perfect: de overstap vond plaats tijdens de bouwvak, zodat het werk niet gehinderd werd. "Toen de vakantie voorbij was, kon iedereen meteen weer aan de slag. Er stond maandagochtend assistentie klaar, maar dankzij de goede voorbereiding waren er nauwelijks hick-ups," aldus Johan. "De migratie was een succes."

Het team van Bert van Kruistum werkt nu in een moderne Windows-omgeving met Microsoft 365, SharePoint en OneDrive. "We zijn niets kwijtgeraakt, al was ik de printerkoppeling even zoek, maar na een telefoontje met de helpdesk was dat snel opgelost," vertelt Janine lachend. Een ander voordeel was dat de ISO Groep van alle wachtwoorden een kopie had gemaakt. "Dat was echt handig, iedereen kon zo direct weer aan de slag" voegt Johan eraan toe.

GRIP OP DE ZAAK

De verandering naar een digitale werkomgeving heeft het werkproces aanzienlijk verbeterd. Waar vroeger facturen en opdrachten in mappen werden bewaard en medewerkers hun urenbriefjes fysiek moesten inleveren, is nu alles geautomatiseerd. "Facturen krijgen een projectnummer en komen via ons inkoop-e-mailadres binnen. De projectleider controleert en vinkt af. Uren en meerwerk worden door onze mensen via een app doorgegeven en automatisch op de juiste projecten geboekt. We hebben nu grip op de zaak," legt Johan uit.

MEER WERKPLEZIER DOOR INNOVATIE

Voor de aftrap werd eerst een toolboxmeeting georganiseerd om alle medewerkers te trainen in de nieuwe werkwijze. "Onze mensen vinden het heerlijk om meteen naar huis te kunnen en niet eerst langs de zaak te moeten om urenbriefjes in te leveren. Ze zijn heel blij hiermee," merkt Johan op.

Ook oplevermomenten worden nu digitaal vastgelegd, inclusief foto's van bijvoorbeeld betonschade of rotte kozijnen. "Dit is een

enorme verbetering in onze documentatie en communicatie met klanten", zegt Johan. Bovendien bevat het softwarepakket een navigatie-app, waardoor misverstanden over de locatie van werk in uitvoering tot het verleden behoren.

VOORDELEN VAN WERKEN IN DE CLOUD

De overstap naar een moderne IT-omgeving met een Microsoft 365 werkplek heeft veel opgeleverd: meer grip op projecten, een verhoogde efficiëntie, tijdsbesparing en vooral meer werkplezier. "We lopen hier tegenwoordig met ons hoofd in de wolken", grapt Johan. "Elke woensdag bespreken we de lijst van onderhanden werk, en dat gaat nu veel soepeler." Doet zich er toch een security issue voor? Dan vertrouwen we op ISO Groep. "Toen we een keer te maken kregen met een phishing-poging, zaten ze er direct bovenop. Dat geeft ons een veilig gevoel", vertelt Janine.

Samenwerking met ISO Groep is een succes Bert van Kruistum kijkt tevreden terug op de samenwerking met ISO Groep. "We zijn enorm blij met de samenwerking. Het contact is altijd plezierig en we zijn vooral heel blij met ons vaste contactpersoon die precies weet hoe alles werkt. Ze schakelen snel en geven goed advies. Dat ISO Groep net als wij ook in Veenendaal zit, is natuurlijk ook fijn."





Daniëlle
DE VRIES

Coach & trainer, begeleider HSP
en extern vertrouwenspersoon

Aandacht en tijd voor je eigen ontwikkeling



06 30 60 42 17 (WhatsApp ook mogelijk) - info@danielledevriescoaching.nl

WWW.DANIELLEDEVRIESCOACHING.NL

WHALING, HET GEVAAR VAN CEO FRAUDE

Whaling, ook wel CEO Fraude genoemd. Het is een vorm van cybercriminaliteit die steeds vaker voorkomt. Het is een verfijnde vorm van phishing waarbij criminelen zich richten op leidinggevend en bestuurders van bedrijven. De impact kan enorm zijn, met financiële schade en een aanzienlijke schade aan de reputatie van het bedrijf. Maar wat houdt whaling precies in, en hoe kunnen bedrijven zich hiertegen wapenen?

WAT IS WHALING EN HOE WERKT HET?

Whaling is een gerichte phishingaanval die specifiek is bedoeld om een persoon of afdeling binnen een bedrijf te misleiden. De term "whaling" komt van het Engelse woord voor walvis, omdat deze aanvallen zich richten op de "grote vissen" binnen een organisatie. In tegenstelling tot standaard phishing-e-mails, die vaak grootschalig en onpersoonlijk zijn, zijn whaling-aanvallen zeer doelgericht en zorgvuldig samengesteld om de ontvanger te misleiden. Een whaling-aanval begint vaak met uitgebreid vooronderzoek door de aanvallers. Ze verzamelen informatie over hun doelwit via openbare bronnen zoals sociale media, bedrijfswebsites en nieuwsberichten. Dit stelt hen in staat om een zeer geloofwaardige en gepersonaliseerde e-mail te maken die afkomstig lijkt te zijn van een vertrouwde bron, zoals de CEO of CFO.

Deze e-mails bevatten doorgaans urgente verzoeken, zoals het overmaken van grote sommen geld naar een externe rekening, het delen van vertrouwelijke bedrijfsinformatie of het uitvoeren van andere handelingen die schadelijk kunnen zijn voor het bedrijf. Omdat de e-mails afkomstig lijken te zijn van een belangrijk persoon zijn medewerkers eerder geneigd om zonder verificatie aan deze verzoeken te voldoen.

EEN RECENT VOORBEELD

Een bekend voorbeeld van een whaling-aanval in Nederland betrof een aanzienlijke zaak bij Pathé. De financieel directeur en de algemeen directeur van Pathé ontvingen e-mails van iemand die zich voordeed als een hooggeplaatste leidinggevende binnen het bedrijf. De frauduleuze e-mails gaven hen de opdracht om geld over te maken voor een vermeend overnameproject. Omdat ze dachten dat de e-mails legitiem waren, maakten ze in meerdere transacties in totaal €19,2 miljoen over voordat ze beseften dat het een oplichterij was. Dit incident benadrukt hoe geavanceerd en overtuigend whaling-aanvallen kunnen zijn.

HOE KUNNEN BEDRIJVEN ZICH BESCHERMEN?

Het voorkomen van schade door whaling-aanvallen vereist een combinatie van technische maatregelen en bewustwordingstrainingen.

- **Bewustwordingstrainingen:** het is cruciaal dat alle medewerkers, en met name leidinggevend, worden getraind in het herkennen van phishing- en whaling-aanvallen. Regelmatige trainingen en simulaties helpen de alertheid te verhogen.
- **Verificatieprocessen:** bedrijven moeten duidelijke procedures hebben voor het verifiëren van verzoeken om gevoelige informatie of grote financiële transacties. Dit kan bijvoorbeeld inhouden dat dergelijke verzoeken altijd telefonisch of persoonlijk bevestigd moeten worden.
- **E-mailbeveiliging:** het implementeren van geavanceerde e-mailbeveiligingsoplossingen kan helpen bij het detecteren en blokkeren van verdachte e-mails.
- **Strikte toegangscontrole:** beperk de toegang tot gevoelige informatie tot alleen diegenen die het echt nodig hebben. Dit minimaliseert het risico dat informatie in de verkeerde handen valt.



Bij CTS IT helpen we onze klanten alert te blijven en zetten we technologie in om de kans te verkleinen. Dit doen we vanuit de combinatie van technologie en interactieve trainingen. De (compacte) trainingen vinden regelmatig plaats, zodat medewerkers continu alert blijven op de nieuwste vormen van cyberdreigingen. Verder worden ze regelmatig bijgewerkt op basis van de laatste trends in de markt.

Verder zorgen we met de inzet van technologie dat de kansen op een succesvolle whalingactie worden verkleind. Daarbij maken we onder meer gebruik van de productreeks 'Microsoft Defender', om bijvoorbeeld 'impersonation' via e-mail tegen te gaan. Ook biedt dit uitgebreide bescherming tegen phishing- en whaling-aanvallen, door verdachte e-mails te identificeren en te blokkeren nog vóór ze de inbox van medewerkers bereiken. We richten ons daarnaast op het gebruik van effectieve tools om instellingen en bewaking van domeinbeveiliging te optimaliseren. Dit helpt om te voorkomen dat cybercriminelen de domeinnaam van de organisatie gebruiken voor het versturen van valse e-mails, waarmee reputatieschade wordt voorkomen.

Meer weten? Neem contact op
+31 318 648 888
www.cts-it.nl



SPECTACULAIRE OPENING MIDDEN NEDERLAND HALLEN:

RIJDENDE TRIBUNES EN HOOGSTE KAS STELLEN SHOW

Hoe spectaculair kan je een evenementenlocatie upgraden? De Midden Nederland Hallen heropende deze week een volledig vernieuwd complex, met o.a. een gloednieuwe theaterhal én de hoogste evenementenkas van Nederland.

Grote kans dat de centraal gelegen locatie aan de A30 de komende weken de shortlists van bureaus en eventorganisatoren binnen dendert. Want het complex won aan uitstraling en er kwamen een aantal features bij waar geen locatie in Nederland aan kan tippen.

Eén theater, vijf verschillende settings
Zoals de gloednieuwe Theaterhal met rijdende tribunes. Waar je in een 'ge-
woon' theater vastzit aan één theaterop-
stelling, kies je hier uit vijf verschillende
settings. In de pauze van je evenement
met één druk op de knop switchen naar
een Lagerhuis-opstelling? Het kan. En
met de mobiele LED-walls creëer je
steeds nieuwe decors.

DE HOOGSTE KAS VAN NEDERLAND
Nog zo'n troef? Dat zijn de twee nieuwe
kassen, die aan de zijkant van het
complex verrezen en via een loopbrug

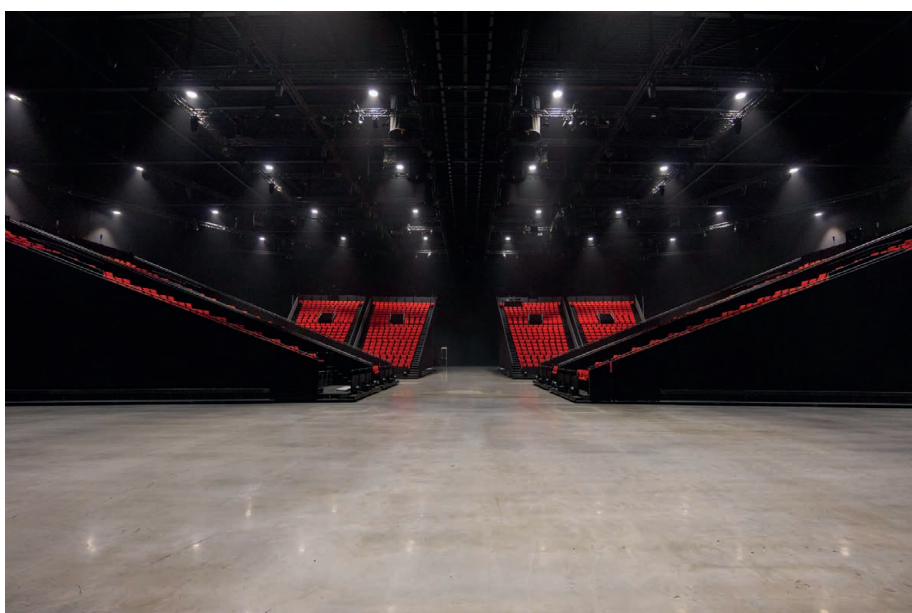
met elkaar verbonden zijn. Het hoogste
punt bevindt zich 14 meter boven de
grond, van alle kanten valt een zee aan
daglicht op het natuurlijke interieur met
veel groen. Dat geeft een ongeëvenaard
ruimtelijk gevoel tijdens bijvoorbeeld
een netwerkevenement, award diner of
congres.

Plug & play industriële evenementenhal
Ook de bestaande evenementenhal
onderging een metamorfose, om 'm
nog geschikter te maken voor onder
andere congressen en bedrijfsfeesten.
Aan weerszijden van de plenaire zaal
kwamen barren en foodcorners. En in de
hal 'hangt' nu een vide. Daar wordt de
laatste hand gelegd aan vijf subruimtes.
Het naastgelegen Grand Café wordt nog
getransformeerd tot foyer en ook hier
komen subruimtes. Zo switch je voort-
aan naadloos van een plenair program-
ma naar break-out sessies.

1 COMPLEX, 3 WERELDEN VOOR EVENEMENTEN

De vernieuwde Midden Nederland
Hallen werd 19 september geopend
met een spectaculaire avond voor
ruim 1600 genodigden. Na een ont-
vangst in de adembenemend verlichtte
Evenementenkas zagen ze als één van
de eersten 40-45, de Musical en kregen
een sneak-preview van de locatie. "Eén
complex, met drie werelden", sprak Timo
Kruft al in zijn speech waarin hij terug-
blikte op een monsterklus. "We hadden
maar acht maanden en gingen voor niets
minder dan goud. Dat is gelukt, we heb-
ben samen geschiedenis geschreven."

Select rijtje van XXL-locaties
Met de recente uitbreidingen nam
de vloerooppervlakte van de Midden
Nederland Hallen toe naar meer dan
15.000 vierkante meter. Met 5 grote zalen
en meer dan 15 subruimtes behoort het



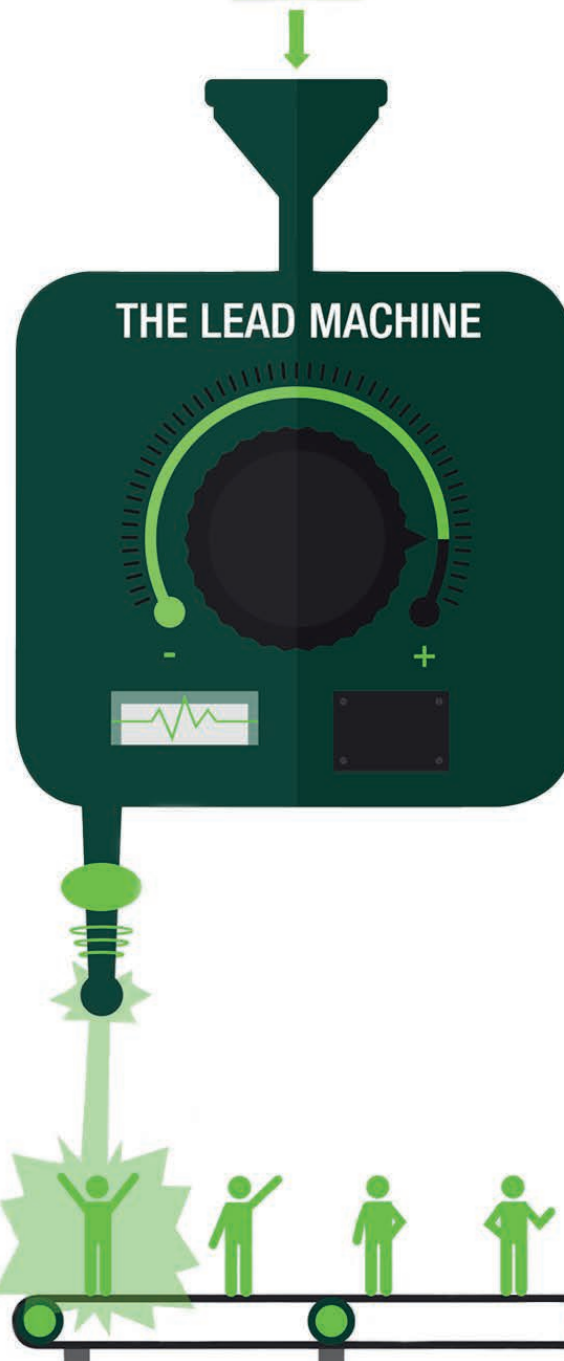
complex nu tot de allergrootste evenementenlocaties van Nederland. Zonder dat het overweldigend voelt, want door de verschillende werelden leent het complex zich al voor evenementen vanaf 100 gasten.

ENERGIENEUTRAAL EN TURN-KEY

Ook op het gebied van duurzaamheid verlegde de Midden Nederland Hallen haar eigen grenzen. Het aantal zonnepanelen werd uitgebreid naar ruim 3.000 stuks, er kwamen accu's om duurzame energie op te slaan. Koelen en verwarmen gebeurt met energie uit de bodem, techniek, catering en inrichting zijn allemaal al in huis wat veel transport scheelt. Dat draagt bij aan een lage footprint van evenementen in de Midden Nederland Hallen.

www.middennederlandhallen.nl

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.

REGEL UW EIGEN PSA!
SCAN DE QR-CODE



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.

www.psaprof.nl
0800-7727763



QSTA

FOOD LOGISTICS

QSTA.NL



‘WE WILLEN HÉT EUROPESE PLATFORM WORDEN IN FOOD’

Verser, sneller, makkelijker en lokaler. Dat is de belofte die online versmarkt QSTA doet aan foodprofessionals in uiteenlopende markten. En die formule blijkt te voorzien in een behoefte, getuige de snelle groei in de afgelopen twee jaar. Met de juiste combinatie van specialisten, infrastructuur, moderne technieken en digitale innovatie is het Nijkerkse bedrijf al succesvol in Nederland en België. Komende tijd is het vizier gericht op verdere uitbreiding in Europa - en op het continu verder verbeteren van de eigen dienstverlening.

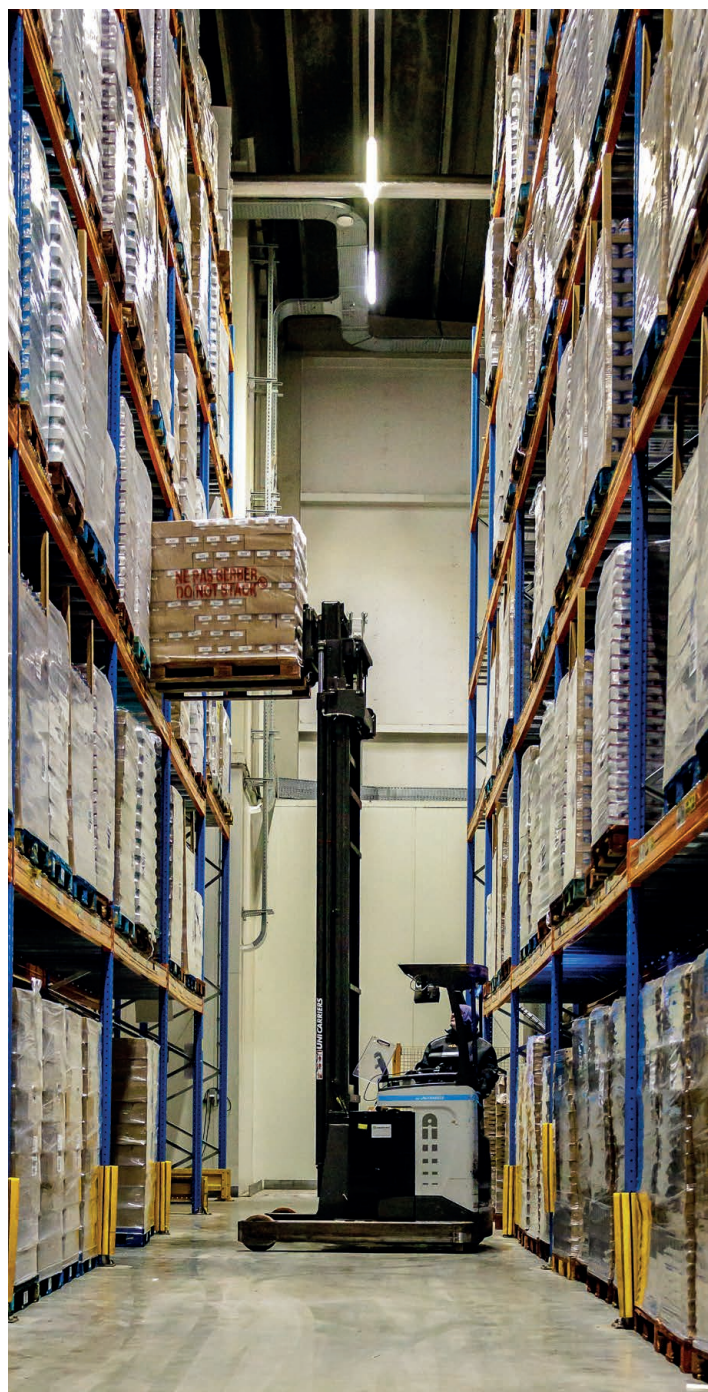
De cijfers zijn indrukwekkend: ruim 4.800 producten beschikbaar van 206 merken in 220 productcategorieën, meer dan 2.900 aangesloten foodprofessionals. Een distributiecentrum in Nijkerk met 28.000 palletplaatsen plus een webwinkel met 10.366 informatieve pagina's en dat worden er elke dag meer. Daarmee bedient QSTA (spreek uit: kwesta, afkorting van zowel Questions & Answers als van Quattro Stagioni) uiteenlopende foodprofessionals in de retail, de horeca, slagerijen, bakkerijen, viswinkels, deli's, etc. Het assortiment omvat zowel vers, koelvers, houdbaar, diepvries als non-food en levensstijlartikelen in de categorie biologisch, halal, vegetarisch, veganistisch en koosjer. En, waar het allemaal om draait: de klantwaardering is een imponerende 8,9.

Het begon drie jaar geleden met een brainstormsessie van een clubje mensen binnen de Bieze Food Groep, waar QSTA onderdeel van is. “We zagen allerlei ontwikkelingen in de foodwereld en wilden graag hét Europese platform in food worden. Met niet alleen fijnmazige leveringen aan individuele horecaondernemers maar ook palletleveringen aan supermarkten en alles wat daar tussen valt”, zegt Mark Kornet, directeur Food Logistics bij QSTA. “En liefst met alles in eigen beheer, zonder de hulp van externe partners. Op het pallettransport na is dat ook gelukt.”

“QUA DUURZAAMHEID KLOPT ONS VERHAAL HELEMAAL”

ONE-STOP SHOP

QSTA kent drie onderdelen. Allereerst QSTA Logistics met het distributiecentrum en alles rond supply chain management, van forecasting en inkoop bij leveranciers tot levering aan de klant. De tweede pijler is FoodData, waar het GS1-geaccrediteerde bedrijf voor zichzelf en voor klanten productdata opvoert, packshots maakt en productdata beheert en controleert. “Als je aan de Nederlandse retail wilt leveren, moeten data over lengte, breedte en hoogte producten, ingrediënten en andere parameters beschikbaar zijn voordat supermarkten je product kunnen opnemen in hun assortiment”, verklaart Kornet. “Kleinere partijen hebben daar moeite mee, daar ontzorgen wij hen in.” Het derde onderdeel betreft Foodmarket, het e-commerceplatform van QSTA. “Wat bedrijven voor 18.00 uur bestellen, hebben ze de volgende dag in huis. We rijden bestellingen zelf uit met vijftien multi-temperatuur busjes, zodat we diepvries, gekoeld en ongekoeld tegelijk kunnen vervoeren.”



Met die one-stop shop formule speelt QSTA in op diverse trends in de food. “Het diepvriessegment neemt een enorme vlucht in Nederland en Europa. Steeds meer bedrijven in de food richten zich daar op. Diepvries is vaak ook verser dan andere producten, omdat het meteen na de oogst of productie wordt ingevroren en alle goede eigenschappen bewaard blijven”, aldus Kornet. Met de snelle levertijden haakt QSTA tevens in op de behoefte aan flexibiliteit in de markt. “Ook qua houdbaarheid verliezen klanten zo geen dagen. Als je moet wachten op een product met vijf dagen houdbaarheid, kan het anders nog spannend worden.”

GEBUNDELDE LEVERING

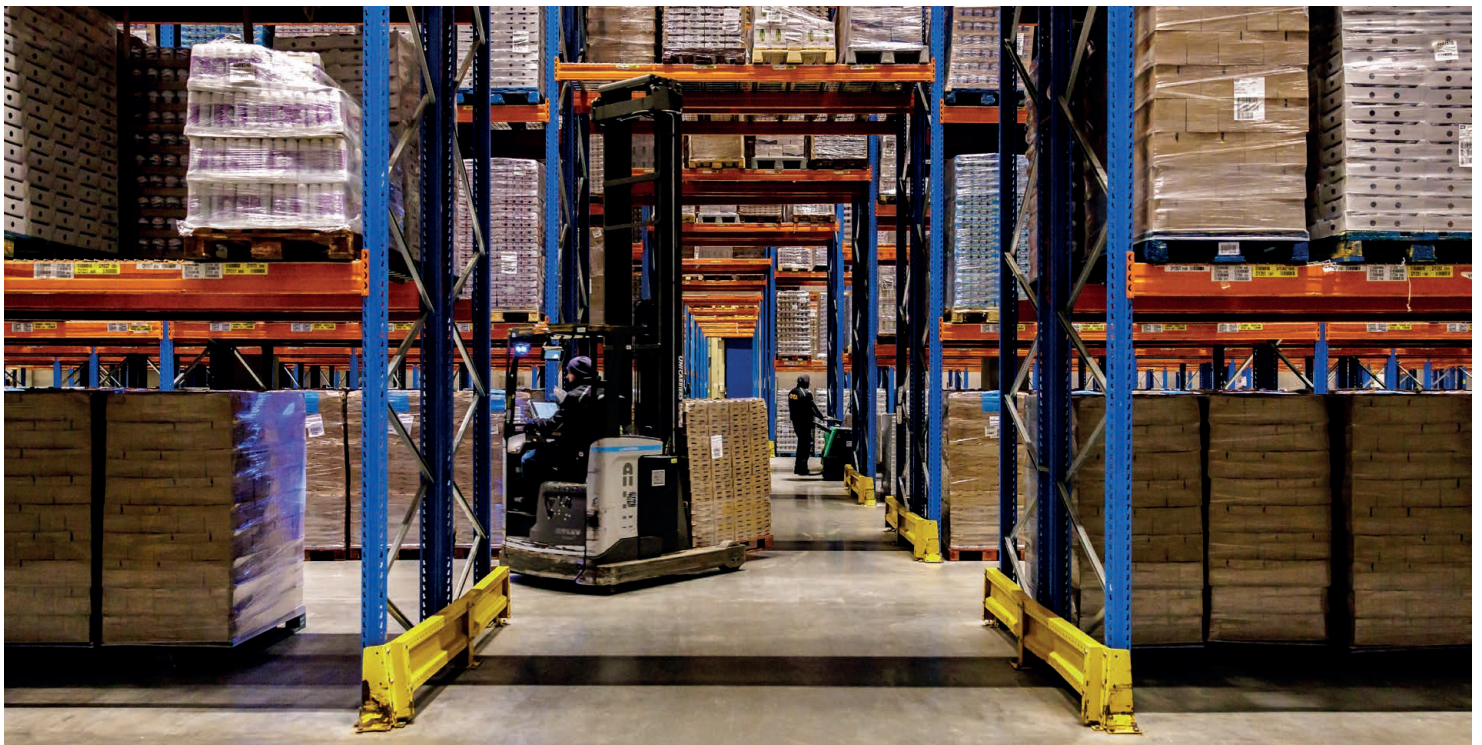
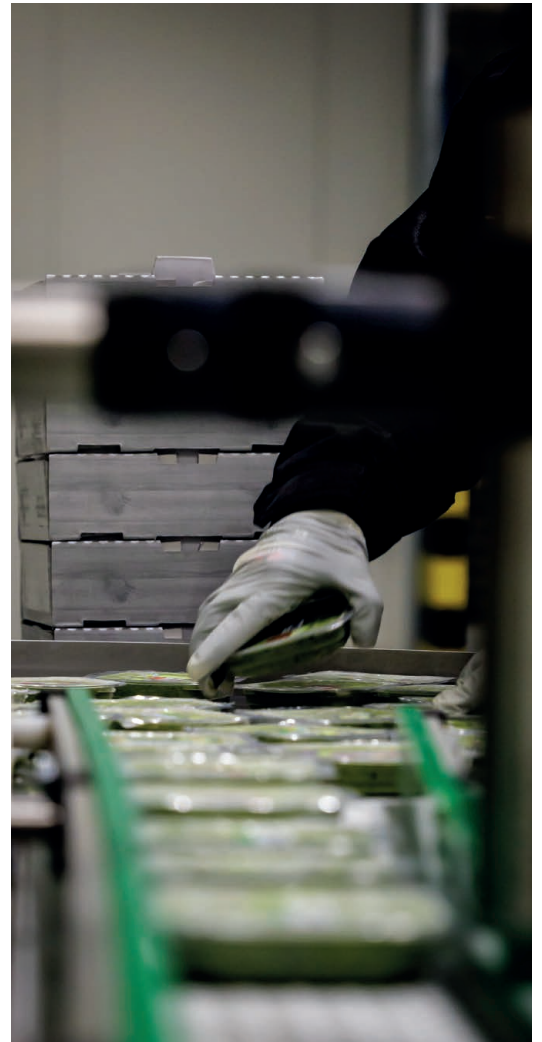
En last but not least loopt het bedrijf met de dienstverlening vooruit op bestaande en verwachte wetgeving rond duurzaamheid. “We zetten zo veel mogelijk leveranciers op ons platform, zodat een horecaondernemer in hartje Amsterdam alle producten tegelijk kan bestellen en in één levering gebundeld in één busje bezorgd krijgt. Hij hoeft dus niet vijftig sites af voor zijn producten en krijgt ook niet alle leveranciers met hun busje aan de deur. Dat scheelt aanzienlijk in de CO2-uitstoot. Qua duurzaamheid klopt het dus ook helemaal. Het is niet alleen een mooi verhaal, we bewijzen het dagelijks in de praktijk.”

Dat geldt ook voor het beleid rond verpakkingen. “Nederland kent een verpakingsbelasting, waarbij geldt: hoe beter je verpakking is voor het milieu hoe minder belasting. Daarin zijn we eveneens afhan-

kelijk van leveranciers en op transport moeten producten natuurlijk ook niet beschadigd raken en op de juiste temperatuur blijven. Los daarvan voegen we zo min mogelijk verpakking toe en, als het niet anders kan, werken we met verpakkingen van een zo laag mogelijke impact op het klimaat.”

PRODUCTDATA 100% OP ORDE

Kornet gelooft heilig in het toevoegen van waarde in de dienstverlening rond producten. “In de toekomst kun je daar het verschil in maken. Hoe snel en duurzaam kun je producten afleveren, wat kun je voor de klant betekenen, los van het product. Daarom hebben we QSTA als aparte entiteit neergezet.” En de formule slaat aan, getuige de snelle groei. “De afgelopen twee jaar zijn we opgeschaald qua medewerkers en aantal busjes. Daarbij worden we constant getriggerd om dingen sneller, slimmer en beter te doen. Dat doen we door inzet van AI, speciale orderpickbrillen om snel en foutloos te kunnen orderpicken. Voor groei is dit samenspel van mensen en innovatie onmisbaar.” Daarnaast is integratie van productdata een belangrijke voorwaarde. “Je moet productdata op elk niveau goed hebben staan. Zo gebruiken we informatie over lengte, breedte en hoogte van producten voor optimale inrichting van ons distributiecentrum en voor het laden van de busjes. Dat kan alleen als data 100% op orde zijn. Alle productinformatie is ook via onze website voor klanten transparant en beschikbaar. Zo kunnen ze in één oogopslag zien of een product voldoet aan hun wensen.”



Op dit moment kent Nederland volgens de QSTA-directeur geen ander platform met zo'n breed en diep assortiment en met zo'n breed spectrum aan dienstverlening. De naamsbekendheid neemt toe, onder meer bij de vele start-ups in de food. "Die bieden doorgaans een prima product, maar hebben moeite met de aanvullende noodzakelijke dienstverlening. Opslag, uitslag, levering, facturering en dergelijke krijgen ze niet op een goede manier voor elkaar. In dat gat zijn wij gesprongen." Zo voegt QSTA steeds meer leveranciers toe aan het eigen platform, die een mooie toevoeging zijn op het assortiment. "Er zijn heel veel trends in food - vega, bio, minder suiker, gezonder. Dan kun je natuurlijk een bord in je tuin zetten of je product op een laagdrempelige manier snel voor een breed publiek beschikbaar maken op het QSTA-platform." De lovende kritieken op de reviewpagina op de website beschouwt Kornet als het mooiste compliment. "En wanneer leveranciers hun goede ervaringen onderling delen, is dat natuurlijk de beste reclame. Zo groeien we door."

AI-TOOL

Gevraagd naar de succesfactoren wijst Kornet op het belang van een platte organisatie om snel en flexibel te kunnen schakelen. "Om onze beloften te kunnen waarmaken, draait het altijd om de combinatie van onze mensen, infrastructuur, techniek, digitale innovatie en de samenwerking tussen verschillende afdelingen, waaronder supply chain planning, customer services, operations en process control", zegt hij. Ook de infrastructuur van het distributiecentrum is hierop ingericht, waarbij de energievoorziening met het oog op de koeling nog een aandachtspunt was. "Toen we meer energie nodig hadden vanwege de uitbreiding van onze diepvriescapaciteit, kregen we op locatie te maken met energiecongestie. Daarom hebben we geïnvesteerd in een batterij, zonnepanelen en een energimanagementsysteem. Het energimanagementsysteem houdt realtime bij wanneer je het beste energie kunt opslaan of juist te gebruiken. Zo kunnen we onze eigen koeling aansturen."

Net als de eigen busjes is ook het distributiecentrum opgebouwd uit drie temperatuurzones: diepvries, koeling en ongekoelde opslagruimte. "Dat is noodzakelijk een breed assortiment aan producten steeds onder de juiste condities te kunnen opslaan. De uitdaging daarbij is om producten met houdbaarheidsdata van 5 tot 60 dagen op een goede manier te managen", stelt Kornet. Samen met Erasmus Universiteit ontwikkelde QSTA daarom een AI-tool die voorspelt welke klanten welke producten gaan bestellen. "Daardoor kunnen we zelf automatisch bestellingen plaatsen bij onze toeleveranciers, zodat we altijd de juiste voorraad hebben." Vorig jaar oktober won het bedrijf hiermee de Innovatieaward van de Regio Foodvalley vanwege aantoonbaar 40% minder derving en 45% minder nee-verkoop oftewel een betere prestatie qua voorraadbeschikbaarheid van goederen.

STERKERE ARBEIDSMARKTPOSITIE

Dat QSTA erin is geslaagd om echt iets nieuws neer te zetten, versterkt de positie van het bedrijf op de arbeidsmarkt. "Omdat we met iets heel gaafs en heel anders bezig zijn, willen mensen hier ook graag werken. Zeker nu we deze schaal-grootte bereikt hebben. Het is echt iets van nu, een modern bedrijf met oog voor duurzaamheid, nieuwe technieken, klanten en voor de medewerkers achter QSTA die dit succes faciliteren", schetst Kornet, die het binden van medewerkers als prioriteit benoemt. "Vind maar echt goede betaalbaare mensen in operationele functies. Bovendien willen we de kennis van onze mensen op de juiste manier inzetten en hun ook de ruimte bieden om met goede ideeën te komen die QSTA verder helpen."

De ambities voor de nabije toekomst zijn helder. "We willen zo veel mogelijk leveranciers op het platform aansluiten, zodat de duurzaamheid-teller nog harder gaat lopen en we nog meer toegevoegde waarde kunnen bieden. Zeker gezien alle uitdagingen rond emissiezones in binnensteden", stelt Kornet. "Daarnaast willen we met ons platform grote supermarkketens en kleine horecaondernemers volledig kunnen bedienen en daarvoor onze dienstverlening nog verder verbeteren. Wanneer bedrijven kampen

met logistieke uitdagingen moet QSTA top of mind zijn." Naast Nederland en België lonken ook overige Europese landen. "Hoe mooi zou het zijn om een duurzaam Europees platform neer te zetten en daar een aantal hubs te realiseren."

Ook aan uitdagingen geen gebrek, meent de QSTA-directeur. "De arbeidsmarkt blijft spannend, om de juiste mensen te blijven krijgen en houden. Qua duurzaamheid zijn we best goed bezig, maar er komt wel gewijzigde wet- en regelgeving aan, dit blijven we gezien de huidige plannen van de regering ook op de voet volgen. We hebben nu een elektrische bus gekocht, maar voor elektrificering van het wagenpark blijft de actieradius in combinatie met geconditioneerd vervoer en de energiecongestie een punt. Tot slot zijn de marges in food veelal ook dusdanig klein dat we ons proces heel scherp zullen moeten blijven inrichten, willen we onder aan de streep iets overhouden. Anderzijds zijn we ook inventief genoeg om die uitdagingen met elkaar weer op te lossen."

QSTA Food Logistics
Riddererf 2
3861PT Nijkerk
E info@qsta.nl
I www.qsta.nl



CONCREET AAN DE SLAG MET VERANDERING

Vanuit de gouden driehoek van mediation, coaching en training reikt Victor Chevallier binnen het Transitie Instituut in Wageningen organisaties handvatten aan om verandering door te zetten en conflictsituaties daadwerkelijk aan te pakken.



Als mediator, coach en trainer werkt Victor Chevallier hoofdzakelijk voor het bedrijfsleven, onderwijs- en zorginstellingen, gemeenten en provincies. In het geval van mediation betreft dit doorgaans het oplossen van knelpunten als gevolg van conflicten tussen personeelsleden, waarbij zowel medewerkers als leidinggevendenden bij hem kunnen aankloppen. Daarnaast verzorgt hij coaching om mensen te helpen beter te presteren of problemen te tackelen. "Als een team niet functioneert, is er vaak sprake van een onderstroom in de teamverhoudingen die opgelost moet worden. Daarom voor ik altijd gesprekken alle betrokkenen: individuen, team én leidinggevende", verklaart Chevallier, die kan bogen op meer dan twintig jaar ervaring.

Het motto van het Transitie Instituut luidt 'Voor de verandering: "Dat staat voor meerdere doelen. 'Laten we eens wat anders doen, maar tegelijkertijd geef ik daarmee aan dat verandering soms broodnodig is. Dat terwijl veranderen heel erg lastig is voor mensen, omdat ze vaak vastzitten in automatisen", stelt Chevallier. "Daarom is altijd mandaat van het management vereist om door te pakken en concreet verandering te bewerkstelligen. Ik wil pas afscheid nemen van een casus, dispuut of organisatie op het moment dat er daadwerkelijk verandering plaatsgevonden heeft."

VERSCHILLENDE PERSPECTIEVEN

Een mediationstraject start met het inventariseren van de knelpunten, waar loopt een organisatie, team of individu op vast? "Dan zie je dat de bedoelingen doorgaans goed zijn, maar de communicatie niet altijd even helder is. Soms sleept een kwestie al jaren en is er nooit adequaat op ingegrepen, omdat partijen elkaar niet vertellen wat er werkelijk speelt", aldus Chevallier. "Het komt regelmatig voor dat ik werkgever en werknemer spreek over eenzelfde conflict. De werkgever vindt iets blauw, vervolgens praat je met de werknemer en die vindt het oranje. Precies hetzelfde thema!"

Een belangrijke stap in het traject is dan ook het voeren van één of meer individuele gesprekken met beide partijen. "Vervolgens nodig ik beiden uit om in één ruimte samen te komen en aan mij - niet aan de andere partij - te vertellen hoe iemand denkt over de casus. In die techniek zit al veel opening, iemand kan mij in de ogen kijken en daadwerkelijk ontladen, in een wat meer genuanceerde vorm dan in de voorgesprekken. Dan zijn ze het in principe nog steeds on-eens, maar ontstaat er wel een vorm van begrip voor elkaars perspectief, het feit dat ze er beiden anders in staan."

ZELFVERTROUWEN ALS BASIS

Coaching ligt daar tegenaan, waarbij de doelgroep uiteenloopt van conciërges tot dga's. "Dat klinkt misschien gek, maar de problematiek lijkt erg op elkaar, we zijn ten slotte allemaal mensen. Een conciërge vindt het spannend als hij tegen zijn pensioenleeftijd extra taken erbij krijgt. En een hoogleraar die jaarlijks naar Japan vliegt voor congressen, ervaart stress als hij het podium op moet", illustreert Chevallier. "Het komt altijd neer op zelfvertrouwen, de positie in het organisatiesysteem. Met steeds als kernvraag: wordt iemand gewaardeerd, gezien, gerespecteerd?" Nazorg staat hoog in het vaandel. "Ik volg mensen één of twee jaar op minder frequente basis om de kans op terugval te verkleinen."

Ook trainingen zijn een vaak gelopen pad bij verandering. Ook hier gaat Chevallier gesprekken aan met alle betrokkenen. "Ik voer individuele gesprekken met teamleden om te achterhalen hoe de vlag erbij hangt en met de leidinggevende om te horen wat hij of zij concreet wil bereiken. Vervolgens stippel ik met een teamleider, hr-manager of directeur het pad uit en verzorg ik passende trainingen voor team en organisatie inclusief de nodige spelelementen en energizers. Zo komen we gezamenlijk tot toetsbare doelen, waar een organisatie mij ook op mag afrekenen. Want ik wil wezenlijk bijdragen aan verandering."

BEWEGING REALISEREN

En dan is het eerdergenoemde mandaat voor het bewerkstelligen van verandering onontbeerlijk. "Ik vraag organisaties de draak in de bek te kijken. Als Jan Jansen op de werkvloer voor problemen zorgt, zijn er kaders nodig om hem in het team te laten invloeden. Lukt dat niet, dan moet met Jansen een serieus gesprek gevoerd worden om als organisatie





'IK VRAAG ORGANISATIES DE DRAAK IN DE BEK TE KIJKEN'

afscheid van hem te nemen zodat het team als team verder kan functioneren", aldus Chevallier, die erop hamert als organisatie altijd het gesprek aan te gaan. "Soms zijn mensen bang niet aan hun financiële verplichtingen te kunnen voldoen en blijven ze daarom zitten. Als je die zorg weg weet te nemen, zie je mensen schuiven."

Door de jaren heen zag Chevallier zijn vakgebied evolueren. Was coaching twee decennia geleden nog een onbekend fenomeen, nu is het aanbod van coaches overweldigend. "Verder zie je dat mediation jammer genoeg meer naar de juridische kant is gaan neigen. En over mijn vorm - intensieve gespreksbegeleiding - bestaan nog de nodige misverstanden. Mensen denken vaak: 'maar we hebben toch geen ruzie' of vinden het een zwaar instrument. Een gemiste kans, want gespreksbegeleiding kan wel degelijk een vastzittend systeem snel en relatief informeel in beweging brengen."

CONCRETE AANPAK

De concrete aanpak die Chevallier hanteert, helpt daarbij. "Door bij alle betrokken partijen goed door te vragen, weet ik snel op tafel te krijgen wat er speelt en een helder beeld te vormen.

Dat kan soms confronterend zijn. Dan krijg ik een casus binnen van iemand die niet lekker draait in een team, maar klinkt diens verhaal aannemelijk en blijken meerdere mensen binnen het team problemen te ervaren. Dan moet er dus iets met de leidinggevende gebeuren. Want als je niets doet, verandert er ook niets." Daadwerkelijk veranderen als individu of team is lastig. Als medewerkers niet voelen dat verandering nodig is of wanneer verandering niet in hun voordeel is, komen ze niet in beweging. "Training of coaching kan dan leiden tot inzicht en mensen uit hun automatisemen halen. Dan zie je mensen en teams wezenlijk de verandering in duiken."

Zelf geniet hij het meest van mensen die hij vooruit heeft weten te helpen. "Soms kom ik jaren na een traject iemand in de supermarkt tegen die zegt: 'Het was een heftige tijd voor mij, maar ik ben zo blij hoe ik eruit gekomen ben. Ik ben een ander pad ingeslagen mede dankzij de gesprekken met jou.' Dan verlaat ik de winkel met een smile en een trots gevoel, want daar doe ik het voor. Dat mensen zelfstandiger, authentieker en assertiever in het leven staan."

Transitie Instituut

Grebbedijk 30-A
6702 PC Wageningen

M 06-123 173 20
E info@transitie.nu
I www.transitie.nu





ALAIN VAN DEN BERG
www.bergtopper.nl

EFFICIËNT EN BETAALBAAR: DE BERGTOPPER BENADERING VAN RECRUITMENT VOOR HET MKB

In de competitieve arbeidsmarkt van vandaag is het vinden van het juiste talent essentieel voor het succes van elke organisatie, ongeacht de omvang. Voor veel kleine en middelgrote bedrijven (mkb) kan het echter een uitdaging zijn om de middelen te vinden voor effectieve recruitmentprocessen. Traditionele methoden van gerenommeerde aanbieders kunnen kostbaar en tijdrovend zijn, waardoor velen in het mkb zich buitenspel voelen staan als het gaat om het aantrekken van hoogwaardige kandidaten. BergTopper is van mening dat dat anders kan. Daarom is er een betaalbare en efficiënte oplossing ontwikkeld die het mkb in staat stelt om op gelijke voet te concurreren als het gaat om het aantrekken van talent.

SNELHEID EN AUTOMATISERING

Door slim gebruik te maken van moderne technologieën zoals LinkedIn en geavanceerde zoekprogramma's, kan snel een eerste selectie worden gemaakt uit een pool van potentiële kandidaten.

FOCUS OP KWALITEIT

Vervolgens komt het aan op kwaliteit. Middels een grondige analyse en assessment wordt bekeken of de geselecteerde kandidaten niet alleen over de juiste vaardigheden beschikken, maar ook passen bij de cultuur en behoeften van het bedrijf.

MAATWERK OP MAAT WERKT

Geen twee bedrijven zijn hetzelfde, daarom verdient ieder bedrijf een maatwerk aanpak. Of het nu gaat om het ontwikkelen van aangepaste tests of het samenstellen van assessments op basis van specifieke vereisten. En of het gaat om één functie voor een klein belastingkantoor of om verschillende functies binnen een investeringsmaatschappij, zoals een legal accountmanager, financieel adviseur en een officemanager. Door de korte lijnen en flexibiliteit, kan er snel geschakeld worden en indien nodig profielen worden aangepast.

KORTOM: KOSTENEFFICIËNT EN TOEGANKELIJK VOOR HET MKB

Op basis van jarenlange ervaring als recruiter bij een klein kantoor (70 fte) weet ik dat de wens voor goed personeel en inhuren van (dure) recruiters spanning kan opleveren. Maar het vinden van het juiste talent hoeft geen overweldigende en kostbare taak te zijn. Sterker nog hoogwaardige recruitmentdiensten kunnen heel goed voor een substantieel lager tarief worden uitgevoerd dan die traditionele bureaus in rekening brengen.

Met mijn expertise op het gebied van recruitment én coaching kan ik ook uw bedrijf helpen bij het vinden van duurzaam talent. Mensen die ECHT passen bij uw organisatie.

INTERESSE?

Neem vooral contact met me op voor een vrijblijvend gesprek over uw wensen en onze mogelijkheden.



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 net 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!

HARRY EN LARS VAN ZANDWIJK

ALTIJD WILLEN WINNEN

Harry en Lars van Zandwijk werken samen in Daiwa House Modular Europe. Oorspronkelijk een familiebedrijf, later zorgden externe partijen voor een forse groeiversnelling. Over de overeenkomsten en verschillen tussen vader en zoon. Over historie en toekomst. En over het plezier van verkopen en verhuuren. “Dat zit ons allebei in het bloed.”

Jan en Bets Snel startten in 1960 hun bedrijf. “Aanvankelijk met transport en fouragehandel. Ook werden melkbussen opgehaald,” vertelt Harry van Zandwijk. “Later kwamen er containers bij voor het vervoer van recyclingmateriaal.”

Jan Snel was ook in havens actief. “Daar is voor het eerst een container voorzien van ramen en deuren; zo ontstond een schaftruimte. Deze toepassing is verder ontwikkeld tot een systeem met losse elementen voor vloeren, daken en kolommen. Hiermee werden scholen gebouwd maar bijvoorbeeld ook werkruimtes voor postbestellers. Deze modulaire bouwwijze was de basis voor onze huidige activiteiten en is steeds verder doorontwikkeld.”

VERSNELDE GROEI

Harry kwam in 1985 als schoonzoon in het bedrijf. “Met onze familie namen wij in 1994 de aandelen over van Jan en Bets; in 2000 volgde ook het vastgoed. Daarna versnelde de groei met de overname van bedrijven als Fort Unitbouw in Raamsdonksveer en Sjaak Moens in Zeeland, en de aanleg van een productielocatie in Eemshaven. Daar bouwen we onder andere aardbevingsbestendige woningen voor de Nationaal Coördinator Groningen. Met een eigen kantoor en fabrieken in Duitsland worden veel grootschalige studentencomplexen gerealiseerd. Er zijn verkoopkantoren in België en het VK. En in Boston (VS) bouwen we modulaire woningen voor een woningcorporatie.”

DOEN WAT JE LEUK VINDT

Voor zoon Lars was het familiebedrijf van jongs af aan een vaste waarde.

“Thuis ging het vaak over de zaak. Zodra het kon, werkte ik er op vrije dagen en tijdens vakanties. Misschien juist daarom ben ik vervolgens eerst andere dingen gaan doen. Denk aan de handel in mountainbikes, tv’s en matrassen; later ook in auto’s. Ik rondde een studie aan de IVA in Driebergen af en volgde later een opleiding in de VS.” “Net als zijn twee zussen is Lars nooit gepusht,” benadrukt Harry. “Ze zijn volledig vrij gelaten in hun keuze. Doen wat je leuk vindt; daar gaat het om.”

VAN A TOT Z

Toen Lars uit de VS terugkwam, nam zijn waardering voor het familiebedrijf toe. “Het is gaaf dat je een product van A tot Z ontwikkelt en maakt, waarbij je alles zelf kunt bepalen. Dat sprak me steeds meer aan. Ook was Jan Snel een begrip in de omgeving en ver daarbuiten.”

“HIER WIL IK WERKEN, HIER WIL IK DEEL VAN UITMAKEN.”

In 2016 ging Lars er aan de slag. “Dan merk je dat ook medewerkers trots zijn op het bedrijf en op dat wat ze maken. Gaandeweg werd mijn overtuiging steeds sterker; hier wil ik werken, hier wil ik deel van uitmaken.”

ZOON VAN DE BAAS

Hij draaide op verschillende afdelingen mee. “Natuurlijk weet iedereen dat je de zoon van de baas bent. Het gaat erom, hoe je je opstelt. Ik heb

overal meegewerkt, bijvoorbeeld op locatie met de jongens in Groningen. Lange dagen maken, keihard werken. Dan moet je je bewijzen. Maak je een fout dan wordt die uitvergroot, maar ook goede dingen worden gezien. De acceptatie ontstond vanzelf, op een natuurlijke manier. Ik heb nooit weerstand ervaren. Ook niet toen ik later op kantoor kwam te werken.”

SAMENWERKING MET PARCOM

Jan Snel maakte een stormachtige ontwikkeling door met haar modulaire huisvesting. “Belangrijke stap was de samenwerking met private investeerder Parcom,” zegt Harry. “Zij namen in 2016 een meerderheidsbelang. Voor de groeikansen die we zagen, waren forse investeringen nodig. Ook wilde ik het risico beperken.” Hij kijkt met veel plezier terug op de samenwerking. “Er was volledige openheid en een groot onderling vertrouwen. Samen met Parcom zijn grote stappen gezet.”

RETE-EIGENWIJS

Lijken vader en zoon op elkaar? “We zijn allebei rete-eigenwijs,” lacht Lars. “Of beter; we hebben een duidelijke mening. Want we staan wel degelijk open voor advies.” Andere gedeelde eigenschap: altijd willen winnen. Harry: “Dat was thuis al zo, bij Monopoly. Lars had alles klaargezet en zorgde er dan voor dat bij zijn plek aan tafel meer geld lag. Dat had ik natuurlijk door, want ik ging op zijn stoel zitten.”

LUISTEREND OOR

Naast diens enorme drive noemt Lars het luisterend oor van zijn vader als kenmerkende eigenschap. “Zit iemand

“MEER CHAUVINISME MAG BEST”

“Voor innovatieve bedrijven zoals VDL en ASML heb ik veel bewondering,” stelt Harry van Zandwijk. “In het verleden waren er daar meer van. Neem DAF en Fokker; bedrijven om trots op te zijn, waar technologische hoogstandjes werden ontwikkeld. Nederland had veel meer moeten doen om ze te behouden. Wat dat betreft mogen we wel wat chauvinistischer zijn om te zorgen dat Nederland zich technologisch kan meten met de rest van de wereld.”

niet goed in zijn vel of speelt er iets dan maakt Harry direct tijd. Nog steeds, hoe groot het bedrijf inmiddels ook is. Hij gaat het gesprek aan en vraagt door tot alles gezegd is. Het is voor mij een belangrijke les: laat niets op zijn beloop maar praat zaken uit, bij voorkeur face to face.”

VERKOOP IN HET BLOED

“Lars is enorm gedreven,” ziet Harry. “Ook al is het midden in de nacht, als het nodig is dan staat hij er. Hij loopt nergens voor weg en is ook commercieel echt goed.”

Verkopen is het leukste wat er is, stellen vader en zoon eendrachtig. “Dat zit ons allebei in het bloed. En dan maakt het niet uit of het om een mountainbike of een groot wooncomplex gaat. De klant staat daarbij altijd voorop. Of het nu tijdens de acquisitie, op een receptie of een feest is, ik vind het leuk om met mensen te praten. Om uit te vinden wat ze drijft. En natuurlijk om te kijken of wij ze kunnen helpen.”

“Niemand is zo commercieel als mijn pa,” weet Lars. “Hij is altijd onderweg en heeft een enorm netwerk.”

STROOPWAFELS

Harry houdt accountmanagers regelmatig voor dat de wereld vol kansen zit. “Bijvoorbeeld door bij een bedrijf binnen te stappen met twee bliken stroopwafels; voor de receptioniste en voor de beslisser, met een kort toelichtend praatje.” En dan enige tijd later nabellen? “Meestal hoeft dat niet eens en bellen ze zelf.”

ENERGIE VAN SAMENWERKING

Hij constateert dat de jonge generatie mondig is en gemakkelijk communiceert. “Dat heb ik pas op latere leeftijd geleerd. Verder krijg ik energie van de samenwerking van Lars en het team. Dat gaat top, ze leren van elkaar en staan open voor advies. Ik trok vroeger meer mijn eigen plan,



Lars en Harry van Zandwijk:
“Verkopen zit ons in het bloed.”

was impulsiever en nam stevige risico's. Onze toenmalige boekhouder trapte regelmatig op de rem. Maar hij gaf later wel toe dat als ik altijd naar hem had geluisterd, het bedrijf nooit zo groot was geworden.”

BUIKPIJN

Spannend was het af en toe zeker. “In 2008 kochten we Fort Unitbouw en vlak daarna een composietfabriek in Lelystad. Er was veel geld mee gemoeid. En toen brak de crisis uit... Ik heb

er een tijd buikpijn van gehad. Was de stap niet te groot? Maar we hebben ons er prima doorheen geslagen. De suggestie van een toenmalige commissaris om de productie van Fort naar Montfoort te halen en hun locatie te sluiten, leverde een forse besparing op. Dat heeft zeker geholpen.”

TE VROEG VOOR LEAN

Gemiste kansen zijn er ook. “Zo'n vijftien jaar geleden namen we een directeur aan met een



automotive-achtergrond. Daar is lean de leidende werkwijze. Op basis van die ervaring maakte hij een uitgebreide analyse van onze productiemethode, met gedetailleerde verbetervoorstellen. Dat ging zo ver dat ik er gek van werd; ik wilde onze mensen zo'n ingrijpende verandering niet aandoen. Achteraf had ik moeten luisteren. In onze nieuwe fabriek is de lean-benadering nu leidend."

GROOTSTE TER WERELD

Cruciale stap in de recente historie is de entree van Daiwa House Group. Dit beursgenoteerde Japanse bedrijf is de grootste modulaire bouwer ter wereld. Daiwa nam in 2021 de aandelen van Parcom over plus een pakket van de familie.

Het bedrijf heeft nu drie merken: Daiwa House Modular Europe voor woningbouw, Medexs voor zorghuisvesting en Jan Snel met 22.000 flexibele modules voor huur en koop. Actueel daarbij is onder meer de opvang van statushouders en asielzoekers. "Voor veel gemeenten realiseren we tijdelijke onderkomens," zegt Lars. Hij is Hoofd Commercie bij Jan Snel dat in 2023 een nieuwe locatie in Bunnik betrok. "Daar is alle ruimte voor verdere groei. Ook werd het mogelijk de productie in Montfoort fors uit te breiden. Daar worden nu jaarlijks zo'n 3.500 nieuwe

woningen gebouwd." Productverbetering blijft een continu aandachtsveld. "Denk aan biobased materialen en andere circulaire en duurzame elementen."

JAPANESE HIËRARCHIE

Verliep de samenwerking met Parcom probleemloos, bij Daiwa House Group had dit meer voeten in de aarde. "De Japanse cultuur is echt anders," stelt Harry. "Wij zijn gewend om bij wijze van spreken aan de keukentafel een

"IK TROK VROEGER MEER MIJN EIGEN PLAN, WAS IMPULSIEVER EN NAM STEVIGE RISICO'S."

besluit te nemen en dat de volgende dag uit te voeren. De Japanse cultuur is erg hiërarchisch, beslissingen gaan over veel schijven en duren lang. Daar hebben we aan moeten wennen, maar inmiddels verloopt de samenwerking prima."

41 JAAR

Toch komt aan die samenwerking voor Harry van Zandwijk na 2025 een einde.

"Contractueel is afgesproken dat ik dan het bedrijf verlaat en het stokje overgeef aan een opvolger als algemeen directeur. Ook draagt de familie de resterende aandelen over. Na 41 jaar is het voor mij een goed moment, al werk ik nog altijd met veel plezier."

De rol van zoon Lars blijft vooralsnog ongewijzigd. "Natuurlijk zal er straks wel wat veranderen. Nu stem ik zaken met Harry af. Soms sparren we even over de prijs, maar meestal hoeft hij alleen zijn handtekening te zetten. Bij iemand anders zal dit vertrouwen over en weer moeten groeien."

LOYAAL AAN MENSEN

Het perspectief van het bedrijf blijft onveranderd positief. "Er moeten snel grote aantallen woningen gebouwd worden. Ons modulaire systeem kan daar een substantiële bijdrage aan leveren. Ook internationaal is er een enorme potentie. De kortstondige verhuur biedt in de toekomst eveneens tal van groeimogelijkheden."

Met zijn toekomst na 2025 is Harry nog geen moment bezig. "Alle aandacht blijft gericht op Daiwa House Modular Europe. Dat ben ik verplicht aan dit bedrijf en aan de mensen die er werken. Daar ligt mijn primaire loyaliteit."



HESTER BUNK
HR Businesspartner
MKBTR
www.mkbtr.nl

'IK VRAAG DIT VOOR EEN COLLEGA'

Herken je dit? Een collega stelt een vraag, maar eigenlijk namens iemand anders. Vaak gaat het dan om een ongemakkelijke kwestie, iets wat de vraagsteller liever zelf niet op tafel legt. Bij ons op kantoor gaat dit vaak gepaard met een lach als er een minder populaire mening moet worden gedeeld, of als dat ene onderwerp wordt aangesneden waar niemand echt zin in heeft. Grappig misschien, maar het laat ook iets belangrijks zien: niet iedereen durft zich uit te spreken.

Dit fenomeen zie ik vaak terug bij klanten. Zaken worden niet uitgesproken, en als het dan eindelijk gebeurt, is het vaak te laat of is het probleem onnodig groot geworden. Het doet me afvragen waarom collega's bepaalde vragen of zorgen niet direct durven te delen. In de praktijk bespreken ze het wél met anderen, maar niet met jou als leidinggevende of ondernemer. Waarom blijven deze gesprekken buiten jouw zicht?

Een beetje realiteitszin helpt hierbij. Mensen praten nu eenmaal, en binnen grotere teams ontstaat vanzelf een groepsdynamiek. Collega's voelen zich veilig als ze ontdekken dat ze hetzelfde denken over een onderwerp, vooral als dat onderwerp gevoelig ligt. Ondernemers en leidinggevendenden denken vaak dat alles gezegd kan worden, maar het personeel ervaart dat niet altijd zo.

Hoe kunnen we dit positief beïnvloeden? Door een professioneel veilige werkomgeving te creëren. Hoe? Het begint met het structureel en doelgericht voeren van gesprekken met je team. Oprecht luisteren en handelen naar wat er wordt gezegd. Zeg wat je doet en doe wat je zegt. Zo bouw je vertrouwen op en zorg je ervoor dat die 'onuitgesproken vraag' steeds vaker gewoon gesteld wordt.

Oog voor jouw digitale weerbaarheid

Cybercriminaliteit vormt een serieuze bedreiging voor organisaties – ook voor die van jou.

HOB ICT Security is een jong en dynamisch bedrijf met veel expertise dat dagelijks deze uitdaging aangaat. Wij zorgen voor inzicht, rust en zekerheid door het leveren van advies, ondersteuning en hoogwaardige Managed Security-dienstverlening. We doen er alles aan om jouw bedrijfsgegevens te beschermen.

→ Bedrijfscontinuïteit gewaarborgd

Onze Security Monitoring oplossing monitort jouw volledige IT- en security infrastructuur en grijpt pro-actief in bij potentiële dreigingen. Onze specialisten analyseren en voorkomen 24x7 security incidenten en zorgen voor een veilige werk- en leefomgeving voor jouw medewerkers en partners.

→ Plan een Security Scan

Laat HOB beoordelen of jouw organisatie voldoende beschermd is tegen cyberaanvallen en -misbruik middels onze Information Security Scan en risico analyse. Hierbij wordt uitvoerig gebruik gemaakt van het CIS-Control framework, ISO27001 en de NEN 7510.



Sabé verpakkingen

Sabé Verpakkingen: uw partner voor verpakkingsmaterialen in Veenendaal

Op zoek naar een betrouwbare leverancier voor al uw verpakkingsmaterialen? Sabé Verpakkingen in Veenendaal is al sinds 1987 dé specialist in verpakkingsoplossingen voor zowel industriële als webshopbehoefte. Wij leveren een breed scala aan producten die ervoor zorgen dat uw goederen veilig, efficiënt en professioneel worden verpakt en verzonden.



Waarom kiezen voor Sabé Verpakkingen?

- **Uitgebreid assortiment:**
Alles onder één dak voor zowel kleine webshops als grote bedrijven.
- **Hoogwaardige kwaliteit:** Onze materialen en machines staan garant voor optimale bescherming en duurzaamheid.
- **Snelle levering:** Wij zorgen ervoor dat u snel en efficiënt kunt werken dankzij onze betrouwbare en snelle leveringsservice.
- **Deskundig advies:** Ons team van verpakkingspecialisten staat klaar om u te adviseren over de beste verpakkingsoplossingen voor uw bedrijf.



Vallei Business

Financieel Advies



*Growing
a better world
together.*

Rabobank

Rabobank Vallei en Rijn

Galvanistraat 2
Postbus 21
6710 BA Ede
(0318) 660 664
www.rabobank.nl/vr

Reclame

VERBEEK

BELETTERING
GEVELRECLAME
BEDRIJFSKLEDING

Renswoude
Tel. 0318 - 830 252
verbeekreclame.nl

S+DL
**SCHUURMAN
EN DE LEEUW**
accountants

Nieuwe Kanaal 6d
6709 PA Wageringen
Tel.: (0317) 41 32 81
Fax.: (0317) 41 79 89
info@schuurman-deleeuw-acc.nl
www.schuurman-deleeuw-acc.nl

64

DeMaes
cateringservice

Wij verzorgen uw gasten!

Van ontbijt en borrel
tot feestelijke party!

0318 - 55 58 76 info@demaesgastvrij.nl
www.demaesgastvrij.nl

TECHNICA

Van oud naar cloud

- Werkplek online
- Telefonie online
- Office 365

Netwerkbeheer - Telefonie
Verbindingen - Beveiliging
Domotica - Elektra

www.technica.nl

REPR
mercurius

www.repromercurius.nl

Residence Rhenen

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

INTERFACE

communicatie

T: 0318 - 64 34 06
interface@ifcommunicatie.nl
www.ifcommunicatie.nl

Concept en creatie
Webdesign
Internetdiensten
Vormgeving
Fotografie

Service Rubriek

Office

Magnolia Opleidingen Maatwerk in trainingen

Microsoft Word, Excel,
Outlook, PowerPoint
beginners en gevorderden

Tel. 0318-512788
www.magnolia-opleidingen.nl
info@magnolia-opleidingen.nl



Diversen



DB SCHENKER

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

Juristen



WWW.WOLLESWINKELHOFMAN.NL

- BEDRIJF & ORGANISATIE
- PRIVÉ
- BOUW & VASTGOED
- ICT & PRIVACY

BARNEVELD
Stationsweg 43
0342 481 028
NUNSPEET
Stationlaan 32-34
0341 230 580
info@wolleswinkelhofman.nl



Van Veen Advocaten

Keesomstraat 7
6717 AH Ede
0318-687878
ede@vanveen.com
www.vanveen.com

Locaties



Hotel en Congressentrum de ReeHorst

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



Hof van Wageningen Hotel en Congressentrum

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

W-TIC,
Eenvoud, passie, resultaat
Uw partner voor innovatie en
optimalisatie

Meerkoet 19, 3907 HC Veenendaal | 06-39 615 615
ewissink@w-tic.nl | www.w-tic.nl



carwash &co

U WILT EEN FACTUUR?



VRAAG NAAR DE
MOGELIJKHEDEN!

Kernreactorstraat 2, Veenendaal

VAN KESSEL TRANSPORT V.O.F.



Sinds 1930 de betrouwbare oplossing voor uw logistiek

Vendelseweg 100
3905 LD Veenendaal
www.v-kessel.nl
Tel: 0318 - 512 303
Fax: 0318 - 555 404
info@v-kessel.nl



uwCONFLICT.NL • mediation en coaching



Specialist in psychosociale Bemiddeling, Psychotherapie en Relatietherapie

Ontdek een benadering die
verder gaat dan louter een
uitweg of conflictoplossing

Daphne S. Hartog - Berghuizen
+31 (0)6 22 74 22 75 / Daphne@uwconflict.nl

WWW.UWCONFLICT.NL

NIEUW!

carwash &co

ONBEPERKT

Altijd een schone auto
vanaf € 34,- p/m



AANVRAGEN
ABONNEMENT
OF VIA
WWW.CARWASHCO.NL

ONBEPERKT

★★★ BESTE KEUZE

Programma 1
+ PANTSER PLUS
+ INTERIEURSERVICE

€ 57,50
p/m

Let op: Alleen in
vestiging Ede!

ONBEPERKT

★★★ BESTE KEUZE

Programma 1
+ PANTSER PLUS

€ 39,-
p/m

ONBEPERKT

👍 MEEST GEKOZEN

Programma 2

€ 34,-
p/m

TWEE KEER WASSEN = VOORDEEL!

Vestiging Ede
Celsiusstraat 6

Vestiging Veenendaal
Kernreactorstraat 2

Vestiging Doetinchem
Havenstraat 19

Spelregels:

- Voor een vast bedrag onbepert wassen, maar maximaal 1 x per dag
- Je mag jouw auto wassen in alle Carwash & Co vestigingen
- Het abonnement is kenteken gebonden
- Maximaal 1 x per maand kenteken van auto wijzigen, maximaal 3 x per kalenderjaar
- Geen zorgen, 1 maand opzegtermijn
- Betaling via automatische incasso
- Abonnement niet beschikbaar voor autobedrijven of taxi's (groene en blauwe kentekenplaat)
- Lees de uitgebreide voorwaarden op: www.carwashco.nl

Of maak gebruik van ons voordeelprogramma

Schrijf je in, en ontvang als eerste kortingsacties.
Bovendien ontvang je direct € 6,- korting!





GROEIEN IN LEIDERSCHAP?

Ben jij er klaar voor om je leiderschapsvaardigheden naar een hoger niveau te tillen? En hiermee de prestaties van je team en organisatie te vergroten? Bij de CHE bieden we een reeks interessante opleidingen en trainingen voor professionals met mbo of hbo achtergrond. Daarnaast denken we graag mee over een maatwerk of in company traject voor jouw organisatie. Even sparren?

che.nl/leiderschap