



Dit document wordt u aangeboden door:

OOST-GELDERLAND

BUSINESS

[klik hier voor meer artikelen](#)

OOST-GELDERLAND

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE | JAARGANG 10 | NUMMER 6 | JANUARI 2014

BUSINESS®



Coverstory:

Van Weeghel Doppenberg Kamps Notarissen

Op juiste Koers

Ondernemer in Beeld:

Joost Carlier

Forum Kansen voor 2014:

'Succes is voor een groot deel een keuze'

Nationaal

Reynier van Bommel
Internationaal scoren met
sterk schoenenmerk



Frappant maakt merken sterker.



Sterke merken presteren beter. Ze profiteren elke dag van hun krachtige reputatie. En dat is geen hogere wiskunde, maar slim kiezen en hard werken.

Frappant maakt al bijna 40 jaar merken sterker met creatieve, geïntegreerde communicatie. Identiteit, creativiteit, strategie en al je online en offline communicatie: Frappant adviseert, creëert en realiseert.

www.frappant.com

TOP 3
BESTE BUREAUS VAN NEDERLAND
Motivation klanttevredenheidsonderzoek 2013
in opdracht van FONK magazine

VOORWOORD



Noaberschap + samenwerken = samen werken

Met de uitgave die voor u ligt, sluiten wij als blad 2013 af. De zesde en laatste editie van het jaar wordt traditioneel voor de feestdagen al naar de drukker gestuurd, maar ligt pas in januari bij u op de mat.

Het jaar is voorbij gevlogen, vindt u ook niet? Ik weet nog dat ik de vorige keer rond deze tijd aan het raaskalLEN was over het einde van de wereld en de complottheorieën daaromtrent. Nu moet ik direct toegeven dat ik niet in dat soort verhalen geloof, maar het is heerlijk voer om over te schrijven.

Terug van weggeweest is de rubriek Ondernemer in Beeld. De naam Joost Carlier zal bij veel mensen niet direct een lichtje doen opgaan. Maar wat als ik u vertel dat Carlier aan de wieg stond van bekende evenementen als het Lochem Festival en Lowlands. Over mooi schrijfvoer gesproken!

Elke uitgave organiseert Oost-Gelderland Business een discussieforum. Dat zijn ontzettend interessante en leuke sessie waarin altijd leuke verhalen naar voren komen. Ook hier geldt: goed voer om over te schrijven, maar wel met de kanttekening dat het uitwerken over het algemeen een hels karwei is.

Uiteraard hebben we ook in deze uitgave van Oost-Gelderland Business weer een forum gehad. Voorafgaand aan onze BOB-Borrel in Villa Ruimzicht, hadden we een zeer gemêleerd gezelschap aan tafel en discussieerden we over de kansen voor 2014.

Een van de conclusies tijdens het forum? Noaberschap is ook in 2014 belangrijk. Evenals samenwerken. Kortom, samen werken.

Met vriendelijke groeten,

*Lars van Bergen
Hoofdredacteur Vallei Business
lars@vanmunstermedia.nl*



Zakenmagazine voor
de regio Oost-Gelderland
www.oostgelderlandbusiness.nl

JAARGANG 10
januari 2014, editie 6

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

UITGEVER
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE
Lars van Bergen

EINDREDACTIE
Lars van Bergen

REDACTIE BIJDRAGEN
Jessica Scheffer

VORMGEVING / OPMAAK
Jan-Willem Bouwman, Jasper Heijmans

FOTOGRAFIE
Lars van Bergen, Joost Franken,
Karim de Groot

DRUK
ControlMedia

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
Van Munster Media B.V.
Ton Niesink t: 06-33307044
Joep van der Linden t: 024-6423449
Raymond Smit t: 024-3738502

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
(incl. 2 vermeldingen op
www.oostgelderlandbusiness.nl)

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
verstreckte gegevens.

© 2014 Overname van artikelen is
slechts mogelijk na verkregen schriftelijke
toestemming van de uitgever

BUSINESS NATIONAAL

Landelijk katern van de
regionale zakenmagazines

Postbus 14101, 3508 SE Utrecht
T 030-2512818 E ub@wxs.nl

I www.business-nationaal.nl

EINDREDACTIE: Hans Hajée

REDACTIE MEDEWERKERS:

William ten Brink, Arie Craanen,
Paul de Gram, Cees Louwers,
Mart Rienstra, Tony Vos

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE

T 030-2512818 E ub@wxs.nl

VORMGEVING bpMedia + Design

- 6 Coverstory Van Weeghel Doppenberg Kamps Notarissen
- 8 Ondernemer in Beeld: Joost Carlier
- 13 De Stelling: Women in Business
- 16 Column LodderDales
- 17 Forum Kansen voor 2014
- 22 Terugblik BOB-borrel
- 24 Opkomst en teloorgang payrollconstructie
- 26 2014? Vertel verhalen!

NATIONAAL



I Eigenzinnige aanpak Brabants familiebedrijf succesvol

Van Bommel groeit ondanks recessie



VI Zevende editie High Growth Awards

63 groeibedrijven creëren 1.100 banen



X De opkomst van crowdfunding

Veel meer dan geld alleen

- 27 Column Heilbron
- 29 Column Pensioenauditor
- 31 Opmerkelijk!
- 32 Meer veiligheid voor minder geld
- 34 Nationale wetgeving als struikelblok
- 35 Column Werkvriend.nl
- 36 JIJ: van organisatiebureau naar full service-bureau
- 38 Michelinsterren 2014
- 40 MKB trend voor 2014

Doetinchem Business Special

42 Gemeente Doetinchem: schouder aan schouder met ondernemer

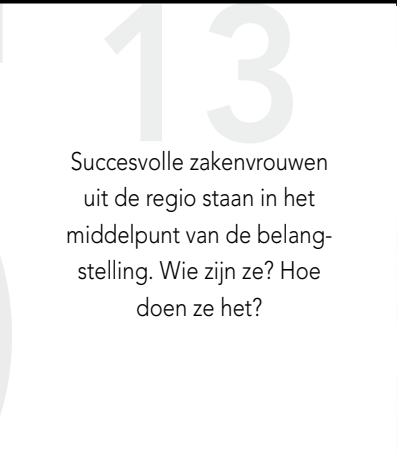
49 Doetinchem: A18 Bedrijvenpark



Grote veranderingen bij Van Weeghel Doppenberg Kamps Notarissen uit Doetinchem



Ik heb de evenementenbranche vanaf het begin zien uitgroeien tot een volwaardige industrie. In 1968 was er helemaal niets. We moesten alles zelf regelen.



Succesvolle zakenvrouwen uit de regio staan in het middelpunt van de belangstelling. Wie zijn ze? Hoe doen ze het?



Forum Kansen voor 2014: 'Samenwerken is een heel mooi en ideaal begrip. Hier noemen ze dat noaberschap, elkaar helpen.'



Wij werden wederom hartelijk ontvangen door Kees Hensen en zijn team in Villa Ruimzicht in Doetinchem.



Payrolling is een veel voorkomende constructie binnen de hedendaagse flexibele (arbeids-) verhoudingen. Deze constructie staat meer en meer onder druk.



JIJ begon een half decennium geleden als organisatiebureau. Een bureau dat al snel liet zien thuis te zijn in de organisatie van in house evenementen.

Van Weeghel Doppenberg Kamps Notarissen

Op juiste Koers

Grote veranderingen bij Van Weeghel Doppenberg Kamps Notarissen uit Doetinchem. Eline Koers is sinds 1 januari 2014 notaris en Cees Doppenberg en Jos Niesink zijn gestopt als notaris maar blijven als adviseur/notarieel jurist aan het kantoor verbonden. Voor Oost-Gelderland Business een mooie reden om naar Doetinchem te rijden.

In 2006 is Eline op het kantoor komen werken alwaar ze nu vanaf 1 januari notaris is geworden. Dat het zo zou gaan wist zij en de notarissen van dit kantoor al vrij snel. Toch noemt Eline het een bijzonder moment als het dan zo ver is. "In het notariaat word je nog steeds benoemd door nu de Koning en volgt er een beëdiging bij de Rechtbank. Bij de Rechtbank was het echt een klein feestje. Niet verwacht, maar ik had na afloop rode bloesem op mijn wangen."

Eline heeft Rechten gestudeerd in de stad Utrecht, daarna tijdens haar werk de beroepsopleiding gevolgd en is zich gaan specialiseren in Estate Planning, waarvoor ze het examen cum laude heeft gehaald. Ook de opleiding mediation heeft ze gevolgd. Eline geeft aan dat deze gesprekstechnieken altijd van pas komen daar waar emoties een rol spelen bij de afwikkeling van een dossier. En dat is op de familiepraktijk zeker het geval. "Op alle belangrijke momenten in iemands leven hebben wij een rol. Mooi hè?" zegt Eline glunderend. "Bij samenwonen, huwelijk, het krijgen van je eerste kind, het kopen van een huis, maar zeker ook bij overlijden." Het juristenvirus heeft ze van haar vader maar al na haar propeuse wist ze dat ze de notariële richting wilde volgen. Het zijn namelijk allemaal vakken waar je je wat bij voor kunt stellen.

Eline heeft in haar jeugd 8 jaar in Doetinchem gewoond en dat ze nu uitstekend daar uiteindelijk notaris is geworden had ze van te voren niet kunnen bedenken. Ze woont nu in Winterswijk heeft een zoon en een dochter van 5 jaar en haar partner Hendrik Jan is eigenaar van vakantiepark "De Twee Bruggen" in Winterswijk Miste, dus wonen in Doetinchem zit er niet in. "Ons kantoor heeft gelukkig een regiofunctie, zowel met ons kantoor Van Weeghel Doppenberg Kamps Notarissen

als met Basisnotarissen.nl. Dat betekent dat we hier ook mensen uit Winterswijk en overigens uit de hele Achterhoek/Liemers als cliënten hebben. Het maakt toch verschil of je met een paar juristen op een sectie zit of dat een of twee notarissen van alle rechtsgebieden alles moeten weten.

Wat een sectie is? Het notariaat is in hoofdlijnen op te splitsen in (commercieel) vastgoed, de ondernemingspraktijk en het familierecht. Overigens zijn we weer dringend op zoek naar juridische





Eline Koers op de voorgrond, met daar achter van links naar rechts: Jeroen Schoot, Lennard Kamps, Jos Niesink, Cees Doppenberg en René Raedeman.

aanvulling op de familierechtsectie en de vastgoedsectie. Dat wij niet per se op zoek zijn naar kandidaat-notarissen, maar naar juristen (advocaten, fiscalisten) in het algemeen onderstreept het feit dat wij continue bezig zijn met vernieuwen. De notarissen zijn naast ambtenaar ook ondernemers. Basisnotarissen.nl is in mijn ogen een voorbeeld van de ondernemende visie die ons kantoor al langer heeft. Een brede basis met kennis van vele vakgebieden is noodzakelijk om succesvol te ondernemen. Maar ook de samenwerking zoeken, is een fenomeen wat je niet uit de weg moet gaan. Wij zijn daarom ook aangesloten bij "NICO" (Notarieel InterCollegiaal Overleg) een samenwerkingsverband van de grotere Nederlandse notariatskantoren verspreid over Nederland. Dit is een samenwerkingsverband op alle denkbare gebieden, maar altijd vanuit één basisgedachte: de kracht van het delen. NICO kantoren delen kennis, producten, innovaties en het netwerk waarin zij opereren.

Nieuwe ontwikkelingen

Naast de personele veranderingen, zijn er ook op notarieel gebied nieuwe ontwikke-

ling bij Van Weeghel Doppenberg Kamps. Eline: "Momenteel zijn we druk bezig met het uitbouwen van onze Sectie Duitsland. Duitsland is een van de belangrijkste handelspartners van Nederland. Daarom hebben wij, net als veel van onze cliënten, grote belangstelling voor ons buurland. Wij willen deze cliënten goed begeleiden en ondersteunen. Daarnaast zijn we sinds kort aangesloten bij de Stichting IT-notaris. Software is onmisbaar voor bedrijven. Maar wat als de leverancier door faillissement niet meer aan zijn verplichtingen kan voldoen? Wie garandeert dan dat je met de software door kunt gaan? De speciale positie van een notaris en zijn onafhankelijke en onpartijdige rol in ons rechtsbestel biedt daarvoor de zekerheden."

Toegevoegd notaris

"Wij zijn erg blij dat René Raedeman op 17 september 2013 is benoemd tot toegevoegd notaris in het protocol van Lennard Kamps. René Raedeman is sinds 2007 als kandidaat-notaris werkzaam bij ons kantoor". Raedeman is gespecialiseerd in ondernemingsrecht en fiscaal recht.

Wat is toegevoegd notaris?

Sinds vorig jaar is het mogelijk om toegevoegd notaris te worden. Een toegevoegd notaris heeft een overeenkomst met de notaris aan wie hij is toegevoegd, waardoor de toegevoegd notaris geen ondernemer is. Verder bestaat er geen verschil tussen de bevoegdheden van notarissen en toegevoegd notarissen. De benoemingscriteria voor een toegevoegd notaris zijn even zwaar als van een notaris.

Cees Doppenberg en Jos Niesink stoppen als notaris. "Zij hebben een breed netwerk en daarnaast hebben zij vanzelfsprekend een enorme kennis opgebouwd", vertelt Eline. "Daarom zijn wij ook erg blij met het feit dat zij aan ons kantoor verbonden blijven."

De toekomst ziet Eline samen met Jeroen Schoot en Lennard Kamps vol vertrouwen tegemoet. In het notariaat zijn voldoende uitdagingen te vinden. Van belang is dat je zelf actief blijft. Eline sluit af "Maar het allerbelangrijkste is dat we een leuk team van collega's hebben." ■



Evenementengoeroe Joost Carlier:

“Het gaat om veel meer dan muziek”

FOTOGRAFIE JOOST FRANKEN

De man achter de schermen; dat is de juiste omschrijving voor Joost Carlier. De nuchtere Achterhoeker verdient echter veel meer lof bij het grote publiek. Carlier is in 1968 begonnen met het Lochem Festival, het eerste openlucht popfestival van Nederland, stond aan de wieg van het Lowlands Festival en was nauw betrokken bij evenementen als de Grote Prijs van Nederland, Rockin' Park, Arrow Classic Rock Festival en de diverse megaconcerten in het Goffertpark in Nijmegen. Oost-Gelderland Business bezocht het Nijmeegse park met Carlier voor een 'trip down memory lane'.

In den beginne...

De eerste editie van het Lochem Festival bleek achteraf goed getimed. Acts als The Clash, The Kinks, Freddy King, Flying Burrito Brothers, Fairport Convention deden tienduizenden mensen naar een zandkuil in Lochem trekken.

Mei 1968 1e editie Lochem Festival

Aug. 1968 1e editie Woodstock Festival USA

Juli 1969 Krallengen Festival Rotterdam

Juni 1971 1e editie Pinkpop

Lochem, herfst 1967. Er hangt wat in de lucht. Er broeit een vreemd soort spanning in de Westerse samenleving. Zo ook in huize Carlier in het mooie Achterhoekse Lochem, waar Joost en zijn broers Laurens en Paulus op een herfst-achtige zondagmiddag aan de keukentafel, onder het genot van een flesje bier, een plan beramen voor een nieuw soort evenement dat in het teken staat van deze nieuwe tijd. Het Lochem Festival is geboren.

Het begin

“Onze ouders zagen het helemaal niet zitten, maar onze zusjes vonden het prachtig”, blikt Carlier terug. De zusjes bleken niet de enigen te zijn die het een prachtig initiatief vonden. 5000 bezoekers, twee keer zo veel als de prognose, deden dit unieke evenement in het openluchttheater van Lochem aan. Carlier, toen 18 jaar, zette zijn eerste passen in de wereld van evenementen. “Ik heb de evenementenindustrie vanaf het begin zien uitgroeien tot een volwaardige industrie. In 1968 was er

helemaal niets. We moesten alles zelf regelen. We konden niets huren. Als je ziet wat er tegenwoordig allemaal te huur is, zou je bijna zeggen dat het niets voorstelt om een evenement te organiseren. Maar er was dus echt helemaal niets. Dat was ook de reden dat je alles zelf moest uitvinden en dus ook betrokken was bij alles wat ook maar zijdelings met de industrie te maken had. Er wás namelijk nog geen industrie.”

Het festival in Lochem munt, zeker in het begin, niet uit in professionaliteit, maar was vooral in sfeer en tijdgeest vooruitstrevend. De organisatie huisde veelal in een tentenkamp en organiseerde ook een aantal losse concerten. Carlier: “In het begin organiseerden we het festival vanuit een impuls en behoefte. Pas toen we jaren later met Mojo gingen samenwerken voor de concerten in Nijmegen, kwam voor ons het omslagpunt naar een écht professionele aanpak. De twintig jaar ervoor waren eigenlijk gewoon gefreak. De regietoren bouwden we bijvoorbeeld van houten

palen uit het bos. Er waren geen materialen te huur die aan onze behoeften voldeden. En als ze er al waren, werden ze niet aan ons verhuurd. Op een gegeven moment is Herman Schueremans van Stageco met een podium aan de gang gegaan. En na vijftien jaar belde hij me op met de mededeling dat hij een podium voor me had. Dat was natuurlijk veel beter dan de constructie met houten palen die we gebruikten. En toen begon het te lopen. In die periode ontstonden bedrijven die dit soort werk op een professionele manier konden aanpakken.”

Na 20 jaar aanmodderen, vindt Carlier het genoeg geweest en gaat hij een samenwerking aan met Mojo. Carlier heeft ervaring met het organiseren van evenementen, terwijl Mojo goede relaties met artiesten heeft. “Het was voor ons prettig om niet meer met de artiesten bezig te zijn. Als je eens per jaar een festival of concert organiseert, krijg je geen contact met de artiesten. Je bent niet belangrijk genoeg. We hadden vanuit het verleden

Naam gekocht

De naam 'A Camping Flight to Lowlands Paradise' wordt gekocht van de Utrechtse kunstschilder Bunk Bessels, die in de Margriethal van de Jaarbeurs in Utrecht in november 1967 en 1968 een evenement met een vergelijkbare naam organiseerde.

ook de ervaring dat artiesten soms gewoon niet kwamen. Bij een promotor, die meerdere shows voor artiesten boekt, doen ze zoiets natuurlijk niet.”

Het Goffertpark leent zich perfect voor grootschalige concerten. Carlier: “Het is een prachtig park en de gemeente Nijmegen ontvangt de grote concerten altijd met open armen.” Halverwege de jaren '80 gaat Carlier verder met het organiseren van megaconcerten in het Goffertpark en zet hij tegelijkertijd het Lowlands-festival in Biddinghuizen op poten, dat het Lochem Festival zou moeten vervangen.

Eerste stap richting Lowlands

Ergens in 1988 zet Carlier voor het eerst een plan voor een kampeerfestival met verschillende culturele onderdelen op papier. De beoogde locatie voor het evenement is in eerste instantie Nijmegen, in en rond het Goffertpark. Dit terrein, inclusief campingterrein, biedt echter de mogelijkheid om maximaal 30.000 bezoekers te huisvesten. Dit is een probleem voor Carlier, aangezien hij met zijn plannen ongeveer het dubbele aantal bezoekers voor ogen heeft. In 1992 loopt Carlier tijdens zijn werkzaamheden met LOC7000 tegen een veel groter en dus geschikter evenemententerrein aan. Dit terrein, in de polderomgeving van Dronten, is speciaal aangelegd voor de 18e Wereldjamboree, die in 1995 duizenden scoutingliefhebbers naar Nederland trekt. Binnen enkele dagen wordt het plan voor het nu alom bekende kampeerfestival in samenwerking met Mojo Concerts opgesteld. Mojo draagt zorg voor de programmering en LOC7000 neemt het concept, de vergunningen en de opbouw van het festival voor haar rekening. Een joint venture die



tot op de dag van vandaag de basis is waarop het Lowlands Festival drijft.

Carlier: “Er waren destijds al wat meerdaagse festivals, maar die waren erg hippeachtig. Met het organiseren van Lowlands wilden we een nieuwe standaard neerzetten. Douches en toiletten, verbeterde horeca, bijna alles moest beter. Nu weet men niet beter, maar wij hebben die standaard toen neergezet. Dat was destijds toch wel bijzonder. En wat leuk was om te zien, is dat andere evenementen niet achter konden blijven. Zij moesten die standaard ook volgen. In Nederland was de standaard in die jaren zoveel hoger dan bij evenementen in de rest van de wereld, omdat niemand ach-

terbleef. Ik merkte dat we in de evenementenbranche in Nederland en België met iets bijzonders bezig waren. Toen hadden we toe moeten slaan om onze landen als productiewalhallen van de wereld neer te zetten. Dat is niet echt gebeurd. Stageco in België heeft het goed aangepakt en voor Mojo Barriers geldt hetzelfde verhaal. Maar de meesten hebben toch de boot gemist en dat is jammer.”

De eerste jaren van Lowlands zijn zwaar en vergen veel bloed, zweet en tranen bij zowel Joost Carlier en John Mulder (destijds productiemanager en later directeur van Mojo Concerts) als bij personeel, familie en vrienden. Samen trekken de heren de eerste 15 jaar de Lowlands-kar.

LOC7000 facts

Na de eerste successen en ervaringen van het Lochem Festival, start Carlier het bedrijf LOC7000, een evenementenbureau dat actief is in het organiseren en produceren van grote concerten en festivals. In samenwerking met Mojo Concerts heeft LOC7000 er in de loop der jaren onder andere voor gezorgd dat grote namen als Pink Floyd, Paul Simon, David Bowie, The Rolling Stones, AC/DC, Radiohead, Coldplay en vele anderen in het prachtige Goffertpark optraden en dat Nederland het Camping Flight To Lowlands Paradise festival op de agenda heeft staan.

Gestart vanuit de huiskamer van Carlier is LOC7000 in meer dan 30 jaar tijd uitgegroeid tot een gevestigde naam in de evenementenbranche, met een jaaromzet van meer dan 30 miljoen euro en meer dan 50 vaste werknemers en zo'n 1000 seizoensgebonden krachten. LOC7000, een specialist in de evenementenwereld kent als evenementen- en servicebedrijf tegenwoordig drie divisies: evenementenproductie, evenementenhoreca en betaalsystemen op evenementen.

Met nauwelijks evenementen in Nederland waar LOC7000 niet op de één of andere manier bij betrokken is, is het bedrijf niet meer weg te denken uit de hedendaagse evenementenwereld.

Een kleine greep uit de jaren dat Joost Carlier betrokken was: Rockin' Park, Monsters of Rock, Pink Floyd, Paul Simon, The Rolling Stones, AC/DC, Radiohead, Coldplay (allen in het Goffertpark in Nijmegen), Drum Rhythm Festival in Amsterdam, Lowlands Festival, North Sea Jazz Festival, Sail 2005, Normaal Supertenttour door Nederland, Arrow Classic Rock Festival, Oerkracht Festival, TT Festival, Dunya, ID&T concerten en alle concertactiviteiten in het GelreDome.

In 2010 verkoopt Carlier het bedrijf via een management buy-out. Ronny Hooch Antink wordt dan de nieuwe man. Joost is tot op heden als adviseur aan het bedrijf verbonden.



Het festival groeit in de loop der jaren uit tot een festival van wereldformaat. Anno 2013 is het festival nog steeds immens populair en trekt het nog ieder jaar meer dan 65.000 bezoekers uit binnen- en buitenland naar de polder.

Carlier ziet de toekomst van meerdaagse festivals hoopvol in. "Er zijn niet meer zoveel meerdaagse festivals als, pak 'm beet, 20 jaar geleden, maar er komt weer een nieuwe lading aan. De markt van meerdaagse evenementen is nog lang niet verzadigd, daar komt nog een waanzinnige boost." En op de vraag of dat te maken heeft met het enorm brede muziekaanbod: "Het is niet alléén het muziekaanbod", vertelt Carlier. "Een

muziekevenement dat zich alleen richt op popmuziek, heeft geen bestaansrecht. En je hoeft geen profeet te zijn om in te zien dat de grote popconcerten er over tien jaar niet meer zijn. En dat geldt dan ook voor bedrijven die zich op popmuziek richten. Maar wat je bij nieuwe(re) evenementen ziet, is dat muziek nog wel belangrijk is, maar dat het ook draait om zaken als beleving en sfeer. Dat hebben bijvoorbeeld die jongens van de Zwarte Cross heel goed voor elkaar."

Innovatie

Innovatie gold voor Carlier als de belangrijkste pijler van zijn bedrijf. Vandaar dat veel uitvindingen en concepten bij LOC7000 het licht zagen. Carlier zelf

stond als initiatiefnemer aan de basis van een geleidelijke stroom nieuwe producten en Ronny Hooch Antink, de huidige directeur van LOC7000, hielp hem daarbij. De bekendste innovatie van Carlier zijn zonder twijfel de in het oog springende plaskruizen, om de overlast van het wildplassen tegen te gaan. Die werden verkocht onder de naam Kros-Units. Eigenlijk alleen gemaakt voor eigen evenementen, maar al spoedig gingen ze de hele wereld over. Carlier had één onrustige nacht nodig om tot het basisontwerp te komen. "In de jaren '90 had je alleen Dixis en daar kon maar één persoon tegelijk in. De plaskruizen hebben hetzelfde oppervlak als een Dixi, maar kunnen vier man herbergen. Tijdens Monsters Of



Rock 1991 in het Goffertpark hebben we ze voor het eerst gebruikt. Mede door het enthousiasme van sommige crewleden, zijn de plaskruizen de hele wereld over gegaan.”

Twintig jaar later is Carlier van mening dat er nog steeds veel valt te innoveren. “Als je nu iets bedenkt, moet je het meteen wereldwijd aanpakken. Niet alleen voor je eigen evenementen en niet alleen voor de Nederlandse markt. Wereldwijd!” Met de ervaring en kennis die Carlier nu heeft, had hij het jaren geleden aan willen pakken. “Die plaskruizen hebben we alleen voor onszelf laten maken en toen bleek het ineens internationaal een succes te zijn. Maar het was ook wel een beetje toeval hoor. Wij konden ons eigen product op onze eigen locatie gebruiken. Dan is de innovator de organisator en dat is natuurlijk een groot voordeel. Maar wat echt geholpen heeft, is dat de manager van een van die bands tegen andere orga-

nisaties heeft verteld hoe handig die plaskruizen zijn. Toen konden ze ineens naar Nieuw-Zeeland.”

Wat kunnen we in de nabije toekomst verwachten in de evenementenbranche?

Carlier is met zijn jarenlange kennis en ervaring natuurlijk de uitgelezen persoon om hier zijn licht op te laten schijnen. “Experience of beleving wordt eigenlijk te vaak en soms ook verkeerd gebruikt. Maar het is wel iets wat een tijdje geleden is ingezet en wat doorgaat. De Zwarte Cross doet dat goed. Een breed en gevarieerd aanbod voor alle pluimages. Evenementen die zich alleen op de popmuziek richten, zijn er over tien jaar echt niet meer. Het gaat om veel meer dan muziek. De sfeer moet goed zijn, je wilt je goed voelen, seks hebben, mensen ontmoeten. De behoefte aan al die dingen heb je op een popconcert niet. Hoe meer men social media gebruikt, hoe groter de behoefte wordt om elkaar écht te zien. En

op een festival als Lowlands ben je blij als je even zonder social media kunt. Dan is het geweldig om stomdronken over een camping te zwalken niet wetende waar je uitkomt of waar je tent staat. Even weg uit de werkelijkheid.”

Kunnen we in de toekomst nog iets moois van de hand van Carlier verwachten?

“Nee. Verwacht van mij niet teveel meer. Het enige wat ik misschien nou zou willen, is iets in de leisure-industrie. Misschien een park of zoiets. Maar dan wel nieuw, niet iets wat op Disney is georiënteerd. Iets voor dagjesmensen. Over zoiets denk ik nog wel eens na. De Floriade zou zich daar goed voor lenen, want het gebeurt daar nog niet op de goede manier. Je hebt een paar maanden een vaste situatie waar men heen kan om iets innovatiefs te beleven. Maar in de evenementenbranche zul je me niet meer vinden.” ■

Women in Business

In deze editie van Oost-Gelderland Business staan succesvolle zakenvrouwen uit de regio in het middelpunt van de belangstelling. Wie zijn ze? Hoe doen ze het? Wat zijn hun dromen en idealen? En wat is hun visie op het vrouwelijk ondernemerschap? De stellingen die horen bij 'Women in Business Special' tonen de successen, maar ook de valkuilen waarmee vrouwen in het bedrijfsleven dagelijks mee te maken krijgen.

Sandra Luijmes, VitaMee

"Door het stellen van deze vragen wordt er al een onderscheid gemaakt tussen vrouwen en mannen, waar ik niet zo veel mee kan. Iedere ondernemer heeft uitdagingen en valkuilen in zijn/haar werk. Of je nou een man of vrouw bent, dat maakt niet zoveel in uit. Je moet je sterktes kennen en deze met volle overtuiging inzetten. Geloven in waar je voor staat en meerwaarde tonen in de markt.

Het belangrijkste verschil tussen veel mannen en vrouwen is voor mijn gevoel wel dat zich mannen over het algemeen meer storten op hun carrière. Wil je een succesvolle ondernemer zijn, dan is het maken van werkweken van meer dan 60 uur eerder een regel dan uitzondering. Veel vrouwen kunnen/willen een andere balans. Deze afweging kan ik geheel begrijpen, maar dat betekent wel dat je plafond vanzelf lager komt te liggen. Je bereikt alleen de top door heel hard te werken, focus te hebben en keuzes durven te maken.

Mannen die de top bereiken, hebben vaak een vrouw naast zich die er privé voor zorgt dat alles loopt en onder controle is: de één managet de carrière en de ander het gezin. Deze combinatie is denk ik het meest succesvol. Vrouwen die de top willen bereiken hebben vaak ook ambitieuze mannen. Hierdoor wordt de balans tussen werk en privé erg lastig en moeten er keuzes gemaakt worden in beide of één van de carrières. Volgens mij heel logisch en ook geen probleem, als je de keuze maar maakt uit eigen verantwoordelijkheid, met overtuiging en zonder spijt.

De manier van zaken doen is voor een vrouw denk ik wel net iets anders dan voor een man, maar zeker niet minder succesvol! Als je echt wilt, 100% gecommitteerd bent en ook de kwaliteiten hebt, kun je als vrouw heel succesvol zijn."

Jonneke Fongers, Fongers&Fongers

Om de top te bereiken, betaalt een vrouw een hogere prijs dan een man.

"Nee, als je succesvol bent, heb je passie voor je vak en is je inzet 120 procent ongeacht of man of vrouw. Succesvolle mensen hebben echter ook inzicht in zichzelf wat de basis is voor succes."

Als vrouwen echt goed zijn, komen ze vanzelf bovendien.

"Niets komt vanzelf. Nicolien Sauerbreij of Angelica Merkel kwamen niet vanzelf bovendien. Succes vereist talent maar ook focus, lef en bijzonder hard werken."

Het glazen plafond bestaat niet.

"Correct. Met dames als Margot Scheltema, oud financieel directeur Shell, of Merkel als voorbeeld bewijst dat er niet zoiets bestaat als een glazen plafond. Vrouwen moeten alleen leren focussen. Topsporters scoren ook niet op alle fronten 100 procent. Als je carrière wilt maken, moet je accepteren dat je andere zaken moet uitbesteden/delegeren. Je kunt niet én carrière maken én een huishouden runnen én al je contacten privé blijven onderhouden."



Milja Dorenbos, Milja Marketing

Om de top te bereiken, betaalt een vrouw een hogere prijs dan een man.

"Daar ben ik het niet mee eens. Het hangt af van wat je ervoor over hebt. Topsport en de top bereiken in het bedrijfsleven hebben denk ik heel veel overeenkomsten. Wat je bij beide nodig hebt is doorzettingsvermogen, discipline en de wil/drive om iets te bereiken. Ik denk dat mannen het niet makkelijker hebben. Zij kiezen er misschien vaker voor om voor hun carrière te gaan dan vrouwen, in verband met bijvoorbeeld het gezin."

Als vrouwen echt goed zijn, komen ze vanzelf bovendien.

"Eens. Als je goed bent in wat je doet, dan krijg je positieve mond-tot-mond reclame. Ik denk inderdaad dat je dan vanzelf komt bovendien."

Het glazen plafond bestaat niet.

"Eens en oneens. Ik geloof dat vrouwen in de politiek meer last van een glazen plafond zullen hebben dan bijvoorbeeld in het bedrijfsleven. In het bedrijfsleven heb je meer keuzes. Je kunt zelf een bedrijf starten, waardoor je de touwtjes in eigen hand houdt."



Gaby van Eck, Van Eck Staat!

Om de top te bereiken, betaalt een vrouw een hogere prijs dan een man.

"Ik zou dat niet zo willen stellen. Je moet het wel gewoon goed kunnen regelen met kinderopvang en de organisatie van het huishouden. Als je het allemaal goed wilt doen en niet delegeert aan je partner of anderen, dan betaal je een hogere prijs, onafhankelijk of je man of vrouw bent."

Als vrouwen echt goed zijn, komen ze vanzelf bovendien.

"Ik denk dat wanneer je gewoon goed bent en vooral ook de vrouwelijke bescheidenheid hebt, je niet vanzelf komt bovendien. Als vrouw zul je gebruik moeten maken van je feminie kwaliteiten, maar zeker ook van je masculiene kwaliteiten zoals jezelf profileren en doorzettingsvermogen."

Het glazen plafond bestaat niet.

"Klopt, voor mij bestaat het niet. Ik denk dat het een belemmerende overtuiging is. Je creëert je eigen leven, je carrière."

Alles is mogelijk en ik denk dat de feminie kwaliteiten dan weer om de hoek komen kijken: wat is werkelijk belangrijk in het leven! Vrouwen willen graag delen en helpen en als deze kwaliteiten goed in balans zijn met de masculiene kwaliteiten die ik hier boven heb genoemd dan is 'the sky the limit!'"





Thecla Smeenk, Ledwalk

Om de top te bereiken, betaalt een vrouw een hogere prijs dan een man.

"Mannen betalen ook een prijs. Voor vrouwen is carrière een kans, voor mannen een plicht. Veel succesvolle vrouwen hebben geen kinderen. De combinatie gezin-carrière is voor een vrouw zwaarder dan voor een man. Je kunt het als vrouw alleen maar maken, als je je gezin goed organiseert en bereid bent om te betalen voor hulp.

Ik zie veel jonge vrouwen na verloop van tijd hun ambities naar beneden bijstellen, zeker op het moment dat er kinderen in het spel komen, veel meer dan jonge mannen. Dit is ook heel vaak een eigen keus. De keus moet altijd in goed overleg gaan met je partner.

Mannen denken vaak dat geld binnen brengen hun enige taak is naar het gezin toe. Vraag dit eens aan een vrouw?!

Een mens heeft een beperkte hoeveelheid tijd. Misschien moeten mensen leren accepteren dat je niet een flitsende carrière kunt hebben naast een bestaan als zorgzame fulltime huismoeder/-vader.

"Manlief zorgt dat het eten in huis is en helpt mee met de afwas, stoft en zuigt, wast en strijkt, maakt alles schoon, verschoont de bedden en zorgt ook nog voor de kinderen." Dus ja, vrouwen kunnen carrière maken."

Als vrouwen echt goed zijn, komen ze vanzelf bovendrijven.

"Opscheppen of jezelf slim verkopen kan een grote waarde hebben. Wie dit doen zijn de mensen die niet al teveel in hun mars hebben. Iemand die iets kan, kan dit gewoon laten zien. Iemand die weinig kan, maakt nog een kans door een goed verhaal over zichzelf te vertellen. Dus nee, ik denk niet dat je vanzelf komt bovendrijven, maar het is natuurlijk wel een must om goed te zijn. Vechten moet je altijd, dit is ook een teken van kracht of je nou man of vrouw bent."

Het glazen plafond bestaat niet.

"Veel directies zouden gebaat zijn bij meer vrouwen in het bestuur.

Vrouwen op topposities blaken doorgaans van het zelfvertrouwen. Ze zijn directer en minder politiek dan mannen. Bovendien hebben vrouwen meer empathie. Wat veel vrouwen er precies van weerhoudt om echt door te groeien naar de top, is nog steeds niet duidelijk.

Zelf ben ik ook een vrouw die carrière niet het belangrijkste vind. Wel de uitdaging en het plezier! Dan pas blijf je krachtig en kun je de hele wereld aan."



Een mooi fiscaal 2014 gewenst!

Wanneer u dit leest heeft het nieuwe jaar zijn intrede gedaan. Na de champagne en oliebollen is het tijd om de balans op te maken. Wat kunt u in 2014 op fiscaal gebied zoal verwachten?

Mocht u als directeur groot aandeelhouder vanuit uw B.V. een dividend-uitkering willen doen, dan is dit het moment. In 2014 is het aanmerkelijk belastingtarief namelijk tijdelijk verlaagd van 25% tot 22%. Bij een dividend-uitkering van 50.000 euro levert dit toch een belastingbesparing op van € 1500. Zorg er wel voor (op straffe van hoofdelijke bestuurdersaansprakelijkheid) dat de B.V. na de uitkering aan haar verplichtingen kan blijven voldoen.

De eigen woning blijft ook in 2014 om aandacht vragen. Zoals al eerder aangekondigd daalt het maximale percentage waartegen de hypotheekrente in aftrek kan worden gebracht van 52 % tot 51,5 %.

Om de woningmarkt nog een extra duwtje in de rug te geven kunnen woningeigenaren die hun eigen woning tijdelijk hebben verhuurd, na afloop van die verhuurperiode de hypotheekrenteaftrek ook in 2014 toch weer oppakken. Ook blijft hypotheekrenteaftrek mogelijk voor woningen die in het kalenderjaar en de 3 (in plaats van 2) daaropvolgende jaren leeg te koop staan.

Staat onderhoud of verbouwing van uw (minimaal 2 jaar oude) woning nog op uw lijstje? Dan kan 2014 u BTW-technisch gezien voordeel opleveren. Over het arbeidsloon betaalt u namelijk nog steeds het lage 6%-tarief.

Mocht u of wellicht iemand in uw nabije omgeving geld over hebben, dan is er op schenkingsgebied goed nieuws. Bij een schenking in verband met verkoop, verbetering onderhoud of aflossing van een restschuld van een eigen woning, is sinds 1 oktober 2013, tot naar verwachting 1 januari 2015 een belastingvrije schenking tot 100.000 euro mogelijk. In 2014 geldt deze vrijstelling ongeacht leeftijd en voor ieder familielid of derde persoon (dus niet beperkt tot kinderen).

Ontslagvergoedingen die in een stamrecht zijn gestald, kunnen in 2014 onder voorwaarden ineens worden uitgeteerd tegen een belastingheffing van 80 %.

Tot slot neemt in 2014 het belang van een juiste voorlopige aanslag of tijdige aangifte toe. De minimale belastingrente is namelijk voor de inkomstenbelasting vastgesteld op 4 % en voor de vennootschapsbelasting op 8 %.

Een goed, gezond en mooi fiscaal 2014 gewenst!



Inge Drabbels FB MB. Belastingadviseur

Lodder-Dales Accountants en Adviseurs
www.lodder.com



NIEUW BEDRIJF VOOR MILJA DORENBOS

Per 1 december 2013 is Milja Dorenbos in Doetinchem het nieuwe bedrijf Milja Marketing gestart. Veel bedrijven lopen namelijk vast bij het gebruik van Social Media zoals LinkedIn, Facebook en Twitter. Hoe zet je dit nu goed en regelmatig in om je bestaande klanten te behouden en nieuwe klanten aan te trekken?

De meeste bedrijven hebben wel een website, maar deze wordt niet optimaal benut. Hoe maak je gebruik van het internet om nieuwe klanten te werven?

Milja Marketing helpt je optimaal gebruik te maken van social media en online marketing.

Online tools worden in combinatie met alle kennis van social media ingezet om het hoogst haalbare rendement te behalen voor jouw specifieke bedrijf.

Allereerst wordt er gekeken naar: wat is de doelgroep, waar bevindt deze zich op het internet en hoe bereik je deze mensen?

In goed overleg wordt er bepaald welke tools en Social Media er ingezet gaan worden, uiteraard passende binnen het beschikbare budget. Het doel van zo'n marketing & PR campagne is meestal het creëren van naamsbekendheid en het binnenhalen van nieuwe klanten.

Wil je hier meer over weten?

Neem dan contact met ons op.

www.miljamarketing.nl, info@milja.nl



Forum Kansen voor 2014

'Succes is voor een groot deel een keuze'

2013 was zo slecht nog niet. Er waren voor het eerst sinds jaren weer voorzichtige tekenen van economische groei. Wat gaat 2014 ons brengen? Uit een recent onderzoek is gebleken dat ondernemers die durven te delen sterker uit de crisis komen. Een andere, nieuwe trend is crowdfunding. In de entertainmentindustrie is dit inmiddels praktisch schering en inslag. In 2014 zal dit ook zijn invloed gaan hebben op ondernemers. Maar zijn er nog andere kansen en innovaties voor 2014?

Deelnemers:

Gerben Wardenier, Abascilje
 Huib Poot, BMW Broekhuis Oost
 Sandra Luijmes, VitaMee
 Peter van Uden, Davidii Communicatie
 Mark Eenink, Taurus Corporate Finance
 Cyp Wagenaar, Mesis Air Systems
 Anne-Marie Weersink, JPR Advocaten
 Patrick Uschkereit, B2Basix haal meer uit verkoop
 Robbert Bosch, CPI





Oost-Gelderland Business nodigde negen totaal verschillende ondernemers uit in Villa Ruimzicht in Doetinchem. Aan tafel zitten Gerben Wardenier van Abascilje uit Aalten, Huib Poot van BMW Broekhuis Oost uit Doetinchem, Sandra Leijmes van VitaMee uit Lichtenvoorde, Peter van Uden van Davidii Communicatie uit Lichtenvoorde, Mark Eenink van Taurus Corporate Finance uit Eibergen, Cyp Wagenaar van Mesys Air Systems uit Herwen, Anne-Marie Weersink van JPR Advocaten uit Doetinchem, Patrick Uschkerit van B2Basix uit Lichtenvoorde en Robbert Bosch van CPI Nederland uit Zutphen.

Stelling 1: 2014 wordt een beter jaar dan 2013. Niet alleen landelijk, maar ook regionaal en lokaal.

Gerben Wardenier: "Absoluut waar. Ik denk dat de regering een enorme PR-fout heeft gemaakt door iedereen de put in te praten. Het was een niet-aflatende stroom

van negativisme. Dat is dus hard aangekomen. Er zijn goede signalen; zeker in Europees verband, maar ook hier in Nederland. Maar het heeft nog even tijd nodig."

Cyp Wagenaar: "Ik ben het er mee eens. Alleen is het herstel nog wel uitermate broos. En er hoeft maar iets te gebeuren en men is weer pessimistisch. Mijn grootste zorg zit hem bij deze overheid dat ze toch weer een gat vinden wat ze menen te moeten dichten en weer het volgende besparingswonder bedenken."

Anne-Marie Weersink: "Alle bezuinigingen die ze willen gaan doorvoeren, moeten het natuurlijk nog wel halen in de Eerste en Tweede Kamer. Als die het niet halen, blijven we toch met een gat zitten. En daar zitten we aan Europese richtlijnen vast en dat moeten ze gaan temperen. In het verleden wilden wij altijd het beste jongetje van de klas zijn en wezen met het vingertje naar andere landen. Nu worden we er zelf op afgerekend. Ik vrees er een beetje voor dat 2014 ook nog wel een jaar

van bezuinigingen wordt en dat het langer najlt dan bij de landen om ons heen."

Michael van Munster: "Anne-Marie, merk jij, als curator, dat het aantal faillissementen afneemt?"

Weersink: "Nee. In 2009 las je in de landelijke pers dat faillissementen booming zouden worden. Met name in deze omgeving viel het toen wel mee. De faillissementen namen niet toe. En dat hoeft ook te maken met de mentaliteit van de mensen in deze regio. Men is hier wat degelijker, voorzichtiger en denken aan de continuïteit van de onderneming. En dan eten ze zelf wel een boterham minder. In het westen gaan ze meer uit van winstmaximalisatie en als het niet meer gaat, vragen ze een faillissement aan. De oorlogskas begint hier echter langzamerhand leeg te raken, dus het ijlt hier nog wat harder na."

Patrick Uschkerit: "Maar we laten ons succes toch niet afhangen van de plannen van de regering? Ik denk dat het de verkeerde mindset is om alleen maar te zeuren. We moeten ervoor zorgen dat we met



z'n allen van 2014 een succes gaan maken. En hoe we dat doen, zien we wel. Maar we worden innovatief en vinden nieuwe manieren en ideeën. Want ondanks de crisis, zijn er nog steeds bedrijven die het fantastisch doen. Als je dan naar het DNA en businessmodel van die bedrijven kijkt, zul je zien dat die niet in beperkingen maar in kansen denken. Voor mij wordt 2014 gewoon weer een topjaar. De voorgaande jaren waren top, dus het nieuwe jaar wordt automatisch ook weer top."

Wardenier: "Dat ben ik helemaal met je eens en dat is ook precies wat ik bedoel. Dat is bijvoorbeeld ook ze sterk bij de Duitser. Die hebben een motto 'waarom lukt het wel'. En Nederlanders zijn van nature 'waarom lukt het niet'. Daar zit dus een groot verschil in."

Huib Poot: "Voor een groot deel is succes een keuze."

Weersink: "Maar de keuze moet je ook wel makkelijk gemaakt worden. De randvoorwaarden moeten wel meewerken om het succes in het zadel te helpen."

Uschkeriet: "Het mooie van succes is dat succes en randvoorwaarden oneindig zijn. Er is geen ultieme randvoorwaarde die alles stop. Er is altijd een manier om ergens omheen te kijken. De echte ondernemer laat zich door niets of niemand klein krijgen."

Robbert Bosch: "Lokaal en nationaal heb er economisch gezien niet zoveel fiducia in voor het komende jaar. Als je sec kijkt naar de cijfers is het voornamelijk de export die maakt dat wij het beter doen dan gemiddeld. Op persoonlijk vlak kan het alleen maar beter gaan. Ik heb net een faillissement achter de rug en ik heb gelukkig weer een nieuwe baan. Dus laat wat dat betreft 2014 maar komen!"

Poot: "Ik denk dat als het herstel en de groei weer een beetje gaat komen, men ook weer maar gaat uitgeven. En dan gaat het bij de bedrijven economisch ook weer beter. Ik denk dat iedereen dermate in de kosten heeft gesneden dat iedere euro bij wijze van spreken in tweeën wordt gebeten voordat ze hem uitgeven. Dus als die groei gaat komen, moet dat zichtbaar zijn in de resultaten."

Wagenaar: "Misschien is dat op kleinere schaal zo, maar ik heb met mijn bedrijf te maken met multinationals. Die kijken nuchter naar de omzetten in een bepaald

land. Als ze constateren dat de omzet daalt, dan is er geen profit om te investeren. En waarom zouden ze, want er is geen vraag naar. Maar uiteindelijk denk ik dat het herstel traag zal gaan, omdat we het te diep kapot hebben laten gaan. En voor sommige bedrijven hier in de Achterhoek heeft het, ondanks een volle oorlogskas, net iets te lang geduurd."

Sandra Luijmes: "Ik ben het wel met Patrick eens, verander je mindset. Kijk je naar de cirkel van betrokkenheid of kijk je naar de cirkel van beïnvloeding? Ik vind dat we teveel kijken naar de cirkel van betrokkenheid. We moeten met kleine stapjes weer aan een betere wereld gaan werken, met een positieve mindset. Economie zit ook tussen de oren."

Weersink: "Die mindset moet wel bij de consument beginnen, die moet af van het spaargedrag. Als de consument weer meer gaan uitgeven, gaat de motor vanzelf weer draaien."

Luijmes: "Maar dan begint het dus in de cirkel van beïnvloeding bij onszelf."

Van Munster: "Mark, hoe zijn in de fusie- en overnamemarkt de verwachtingen voor 2014?"

Mark Eenink: "De verwachtingen zijn heel positief. Als je alle rapporten gelooft komt alsnog het al tien jaar beloofde moment dat de babyboomers gaan verkopen. Maar dat zal wel meevallen. De ontwikkeling wordt getrokken door het grootbedrijf. Bedrijven met volle oorlogskassen gaan in 2014 groeien en daar komt geld los. Maar het moet ook naar het MKB."

Stelling 2: Caring is sharing. Samenwerken is het modewoord voor 2014. Samenwerken met collega's, concurrenten en klanten is de nieuwe manier van werken.

Peter van Uden: "Voor mij is het niet nieuw, wij doen het al negen jaar. Niet met eigen personeel, maar juist het verband zoeken met ZZP'ers en zelfstandigen van andere organisaties om gezamenlijke projecten te doen bij klanten."

Luijmes: "Maar gaan we samenwerken omdat het noodgedwongen is of is het een keuze? Bij jou is het een keuze. Maar je ziet ook ZZP'ers die samenwerken uit noodzaak." ▀



Van Uden: "Je kunt je afvragen, als het uit noodzaak is, welke kans van slagen het heeft voor de lange termijn."

Luijmes: "Als bureau kun je toch niet meer aankomen met een tarief van 700 euro per uur? Want dat heeft voor mij niets met wel of niet samenwerken te maken. Dan wordt het tijd om je bedrijfsfilosofie aan te passen."

Weersink: "Het heeft er wel iets mee te maken, want als jij zelfstandigen inhuurt voor een bepaalde klus, kun je je prijs laaghouden."

Van Uden: "Ik ben van mening dat als je kleiner bent, je contracten met elkaar kunt afsluiten, op basis van continuïteit en prioriteit."

Uschkereit: "Als je de stelling letterlijk neemt, krijg je bepaalde constructies waarin maar één winnaar is en dat is degene die bovenaan staat. Samenwerken is een heel mooi en ideaal begrip. Hier noemen ze dat noaberschap, elkaar helpen. Maar als ik duizend euro kan verdienen, maar ik laat het iemand anders namens mij doen, moet ik altijd inleveren.

Het kost altijd geld. En je moet nog maar afwachten of je goede naam niet te grabbel wordt gegooid. Dus wat mij betreft: samenwerken? Ja, maar op een goede manier."

Stelling 3: De ondernemer van 2014 stapelt zijn financiering met crowdfunding, kredietunies en factoring.

Wardenier: "Ik mis eigen vermogen.

Waarom niet op zoek gaan naar meer aandeelhouders van het goede allooi?"

Weersink: "Crowdfunding zie je niet als aandeelhouders?"

Wardenier: "Crowdfunders zijn vaak eerder sympathisanten die in de zaak geloven. Ik geloof niet dat die dezelfde rechten hebben als aandeelhouders."

Uschkereit: "Ik ben persoonlijk een voorstander van ondernemen zonder bank. Maar ik begrijp dat het bij sommige bedrijven niet anders kan, die hebben een bank nodig. Ik zie echter wel een trend waarbij ondernemers voorbij de bank gaan en op een andere manier kapitaal

binnen halen. Door betrokken partners die stille vennoot zijn en die vertrouwen hebben in de onderneming."

Wardenier: "Eigen vermogen wordt vaak vergeten. Bij financieringen denkt men vaak direct aan bankleningen of meer recent crowdfunding. Maar vergeet het eigen vermogen niet! Zoiets moet je wel durven, want je laat iemand anders je bedrijf binnen. En dat is een natuurlijke afweer van ondernemers, zeker bij degene die het zelf hebben opgebouwd."

Weersink: "Het is inderdaad een emotionele barrière. De ondernemer heeft jaren hard gewerkt en dan komt er ineens een externe financier bij die mee wilt kijken in de boardroom. En dát is een stap waar ondernemers veel moeite mee hebben."

Wardenier: "Dat is een psychische barrière."

Weersink: "Precies. En daarom houden veel ondernemers dat nog tegen hebben ze liever een anonieme bank, want die kijkt niet mee."

Van Uden: "Kijkend naar de stelling denk ik inderdaad dat ondernemers steeds meer



andere wegen gaan zoeken om, daar waar het nodig is, een financiering te krijgen.”

Stelling 4: De gunfactor van een klant naar een ondernemer wordt belangrijker. Waar je als bedrijf voor staat, wint het van het product wat je verkoopt.

Weersink: “Ik denk dat dat afhankelijk is van de branche waarin je werkzaam bent. In de retail is die gunfactor niet zo heel belangrijk meer is. Mensen gaan tegenwoordig een aantal kledingzaken af, passen hier en daar wat kleding en kijken thuis via internet waar de kleding het goedkoopste is.”

Poot: “Dan lopen er slechte verkopers in zo’n winkel. Ik vind namelijk dat de verkoper het verschil moet maken. Want juist in de retail is de klik tussen klant en verkoper heel belangrijk.”

Luijmes: “Ik las laatst een artikel waarin stond dat de gunfactor ook tegen je kan werken. Alléén op de gunfactor kun je

niets verkopen; het is een combinatie van dat en gewoon heel goed verkopen.”

Wagenaar: “In mijn vakgebied is de gunfactor maatgevend, daar draait het alleen maar om de gunfactor. Ik heb al twintig naar dezelfde stelling en hij klopt nog steeds: ‘als ik geen je/jij-verhouding krijg met mijn klant, dan stop ik’. Zo sterk telt dat in onze branche. Je zit zo diep in iemands organisatie dat de klik er gewoon moet zijn.”

Uschkerit: “In mijn ogen is de gunfactor overrated. Ik heb sinds 2009 heel veel mensen getraind, voornamelijk in de retail. Heel veel van die verkopers leunen op de gunfactor. Maar juist díé mensen slaan de plank compleet mis. Die willen te graag aardig gevonden worden. En dat werkt averechts. Je moet als verkoper niet alleen een gunfactor, maar ook, zoals Sandra zegt, de skills hebben.” ■



Terugblik BOB-Borrel 10 december 2013

BOB-Borrel Oost-gelderland Business in Villa Ruimzicht



Aanmelden via
[danny@vanmunster-
media.nl](mailto:danny@vanmunster-media.nl) of
[www.oostgelderland-
business.nl](http://www.oostgelderland-
business.nl)

Op dinsdag 10 december 2013 was alweer de laatste BoB-borrel voor ondernemers uit Oost-Gelderland van dit kalenderjaar. Ruim twintig enthousiaste ondernemers uit de regio hadden zich deze keer aangemeld voor het netwerkevenement.

Wij werden wederom hartelijk ontvangen door Kees Hensen en zijn team in Villa Ruimzicht in Doetinchem. Na het welkomstwoord van organisator Danny Toonen, ging het woord niet naar een spreker. Omdat het een de Eindejaarsborrel van BOB betrof, hebben we met z'n allen wat langer geborrel.

Het eten wat de brigade van Villa Ruimzicht presenteerde, was weer voortreffelijk. Na het heerlijke 3-gangen diner was er nog meer dan voldoende tijd om te netwerken en een borrel te drinken.

Wilt u ook een keer aanwezig zijn op een BOB-borrel, mail dan naar Danny Toonen: danny@vanmunstermedia.nl of meld u aan via de website: www.oostgelderlandbusiness.nl.



17:00 - 18:00

Ontvangst met
welkomstdrankje



18:00 - 19:00

Welkomstwoord,
borrel



Terugblik op de vorige BOB-borrels

Op maandag 6 mei 2013 was de eerste BOB-borrel voor ondernemers uit Oost-Gelderland.

Ruim 30 ondernemers hadden zich aangemeld. Plaats van handelen was Villa Ruimzicht in Doetinchem. Na het welkomstwoord van organisator Danny Toonen, ging het woord naar Harm Wevers, eigenaar van WPG Research. Zijn bedrijf deed onderzoek naar het beste social media bedrijf van de Achterhoek. Na de presentatie presenteerden de medewerkers van Villa Ruimzicht een heerlijk walking diner. De avond werd uiteindelijk afgesloten met een informele borrel.

De tweede BOB-borrel was op maandag 17 juni 2013. Plaats van handelen was dit keer de Strandlodge in Winterswijk. Gezegend met heerlijk weer, konden we om 17.30 uur aftrappen. Na het welkomstwoord van organisator Danny Toonen, ging het woord naar Rens Tanis, directeur van Netwerkgids Nederland. Hij presenteerde een netwerkspel voor de aanwezige deelnemers. De avond werd uiteindelijk afgesloten met een heerlijk diner en een informele borrel.

Op maandag 2 september 2013 was weer een nieuwe BOB-borrel van Oost-Gelderland Business. Tijdens deze bijeenkomst waren we te gast in Villa Ruimzicht te Doetinchem. Na het welkomstwoord van organisator Danny Toonen, ging het woord naar Rik van der Wel, eigenaar van De Subsidie Informatie Groep. Hij gaf een presentatie over 'Subsidie voor het MKB = Gratis Geld!'. Tijdens deze BOB-borrel mochten alle aanwezigen genieten van de Achterhoekse burger. Na het heerlijke diner was er nog meer dan voldoende tijd om te netwerken en een borrel te drinken.

19:00 - 20:15

3-gangen diner



Deze BOB-borrel wordt mede
mogelijk gemaakt door:

Hotel Villa Ruimzicht
Oost-Gelderland
Business
Van Munster Media

Houd onze website in de gaten voor
de BOB-data voor 2014.

20:15 - 21:30

Netwerken voor
iedereen



Opkomst en teloorgang payrollconstructie

Payrolling is een veel voorkomende constructie binnen de hedendaagse flexibele (arbeids-) verhoudingen. Deze constructie staat meer en meer onder druk. Pieter Jan Eshuis, arbeidsrechtadvocaat bij JPR Advocaten, legt uit waarom.

Wat is payrolling?

In geval van payrolling is een werknemer in dienst bij een payrollonderneming en verricht hij of zij exclusief structureel werk bij één inlener, door wie hij in de regel ook wordt geworven. De payrollonderneming betaalt het salaris en voert de daarmee samenhangende loonadministratie. De werknemer is permanent bij de inlener werkzaam, onder diens leiding en toezicht.

Deze constructie dient niet te worden verward met een uitzendovereenkomst met een uitzendbureau. Bij uitzendrelaties gaat het om het bij elkaar brengen van (tijdelijke) vraag en aanbod op de arbeidsmarkt. In een payrollsituatie is daarvan geen sprake. De payrollonderneming neemt slechts het formele werkgeverschap op zich, verzorgt de loonadministratie en betaalt het salaris.

Aantrekkelijkheid payrollconstructie

In geval van payrolling wordt een splitting gemaakt tussen het formele en het materiële werkgeverschap. Normaal gesproken (zonder payrollconstructie) dient in geval van een voorgenomen bedrijfseconomisch ontslag van de werknemer, de werkgever allereerst de bedrijfseconomische noodzaak inzicht-

lijk te maken. Daarnaast dient de werkgever werknemers voor ontslag voor te dragen conform het daartoe geldende afspiegelingsbeginsel.

In haar beleidsregels kent het UWV aan de payrollonderneming een bijzondere positie toe. UWV gaat ervan uit dat als de opdrachtgever de payrollopdracht met de payrollonderneming beëindigt, er sprake is van verval van de arbeidsplaats van de betrokken werknemer bij de payrollonderneming en dat daarmee de bedrijfseconomische noodzaak voor de payrollonderneming - benodigd voor het indienen van een ontslaanvraag voor de betrokken werknemer - is gegeven.

Het afspiegelingsbeginsel behoeft alleen te worden toegepast ten aanzien van de werknemers van de payrollonderneming, die werkzaam zijn bij de betreffende opdrachtgever. Het kan gebeuren dat de werknemer, ten aanzien van wie de opdrachtovereenkomst door de opdrachtgever/inlener door opzegging aan de payrollonderneming wordt beëindigd, niet de werknemer is die op basis van toepassing van het afspiegelingsbeginsel als eerste voor ontslag in aanmerking komt. In die situatie wordt van de payrollonderneming slechts verwacht, dat zij er bij de opdrachtgever/inlener op aandringt de uitkomst van het afspiegelingsbeginsel te

eerbiedigen. De payrollonderneming dient dus slechts te pogen de opdrachtgever ertoe te bewegen de opdracht te beëindigen met de werknemer, die op basis van het afspiegelingsbeginsel als eerste voor ontslag in aanmerking komt. Indien de opdrachtgever dit verzoek van de payrollonderneming naast zich neerlegt, hetgeen in de praktijk veelal het geval zal zijn, mag de payrollonderneming desalniettemin - dus in afwijking van het afspiegelingsbeginsel - de arbeidsrelatie opzeggen met de werknemer waarvan de detacheringovereenkomst door de inlener is opgezegd.

Kritiek en rechtspraak

De uitholling van de ontslagbescherming van de betrokken werknemers, als gevolg van de keuzevrijheid die de inlener op deze wijze heeft, heeft tot veel kritiek geleid.

Inmiddels zijn er een aantal rechterlijke uitspraken, waarin de betrokken rechters zich hebben verzet tegen de uitholling van de ontslagbescherming van de betrokken werknemers.

Kantonrechter Rotterdam 21 december 2012

De kantonrechter, die had te oordelen over het ontbindingsverzoek voor tien arbeidsongeschikte werknemers, oordeelde dat de inlener als de materiële werkgever en de payrollonderneming als de formele werkgever moest worden gezien en oordeelde dat als de payrollonderneming werknemers wil ontslaan, zij het afspiegelingsbeginsel dient toe te passen binnen de onderneming van de materiële werkgever. De kantonrechter achtte



de UWV beleidsregels in strijd met (de strekking van) het Buitengewoon Besluit Arbeidsverhoudingen 1945. Hoewel het UWV voor de andere betrokken werknemers een ontslagvergunning heeft verleend, weigerde de kantonrechter de verzochte ontbinding voor tien arbeidsongeschikte werknemers, omdat

het afspiegelingsbeginsel niet was toegepast, en maakte daarbij op niet mis te verstane wijze duidelijk hoe hij over deze beleidsregels van het UWV denkt.

Kantonrechter Enschede 21 maart 2013
De kantonrechter Enschede ging nog een stap verder en stelde vast, dat het (for-

mele) werkgeverschap van de payrollonderneming niet verder ging dan het plaatsen van de werknemers op haar loonlijst en dat op geen enkele wijze is gebleken dat de payrollconstructie niet enkel is gekozen om de ontslagbescherming van de betrokken werknemers te ontlopen. De kantonrechter keek door de constructie heen en oordeelde dat enkel de inlener als (materiële) werkgever dient te worden aangemerkt. De relatie tussen payrollonderneming en payrollwerknemer merkte hij niet aan als arbeidsovereenkomst met als gevolg dat de kantonrechter de payrollonderneming inzake haar verzoek tot ontbinding van de arbeidsovereenkomsten niet ontvankelijk verklaarde.

Rechtbank Den Haag 26 juni 2013

Ook de rechtbank Den Haag oordeelde dat de payrollconstructie geen zelfstandige en inhoudelijke betekenis aan het werkgeverschap geeft. De opdrachtgever/inlener blijft de feitelijke werkgever in de zin van artikel 7:610 BW.

Kantonrechter Amsterdam 3 september 2013

Ook deze kantonrechter kwalificeerde de inlener als werkgever en de overeenkomst tussen de payrollonderneming (als uitvoerder van het juridische en administratief werkgeverschap) en de werknemer als overeenkomst sui generis. De payrollonderneming oefent immers geen gezag uit, hetgeen vereist is om van een arbeidsovereenkomst te kunnen spreken.

Hoe verder?

In het kader van het wetsvoorstel, dat op 29 november 2013 bij de Tweede Kamer is ingediend, is het de bedoeling dat payrollwerknemers dezelfde ontslagbescherming krijgen als werknemers, die rechtstreeks in dienst zijn bij de inlener. Mede als gevolg van de ontwikkelingen in de rechtspraak is het echter zeer de vraag of de payrollconstructie nog wel toekomst heeft. ■

Pieter Jan Eshuis is werkzaam als advocaat bij JPR Advocaten in Doetinchem en lid van de sectie Arbeidsrecht. JPR Advocaten heeft vestigingen in Deventer, Doetinchem en Enschede.

2014? VERTEL VERHALEN!

Uw doelgroep zit niet langer te wachten op de kiloknallers en de veel voor weinig aanbiedingen. Wat hen werkelijk interesseert is hoe u problemen oplost. Wat daadwerkelijke voordeel is van u als leverancier. Hoe vertelt u dat? Precies, vertel een verhaal.

Website, brochure, film of beurs. Allemaal mooie communicatiemiddelen, geen doel op zich. Het middel brengt uw boodschap over, die boodschap is dus belangrijk voor het te bereiken effect. Nu kunt u vertellen dat u de beste bent in iets, beter dan uw concurrent. U kunt uw doelgroep beloven

dat als zij met u zaken doen zij absoluut beter af zijn; precies zoals uw concurrent dat doet!

U kunt ook een verhaal vertellen. Een echt verhaal. Een verhaal met een klant, een klant van de klant, een probleem of uitdaging en uiteraard hoe u het probleem van de klant-van-de-klant hebt opgelost. Dat geeft uw doelgroep niet alleen een helder beeld van u, uw oplossing en uw werkwijze, maar vooral een helder beeld van het effect van zakendoen met u. Mits goed verteld, is zo'n verhaal vele malen effectiever dan welke bondige boodschap of aanbieding dan ook. Stof tot nadenken. Of beter, gewoon doen. Dan maakt u in 2014 écht het onderscheid. ■



Peter van Uden
Adviseur strategische
marketingcommunicatie
Davidii Communicatie - www.davidii.nl

Contact

DAVIDII
COMMUNICATIE

Strategische merkenbouwer zoekt
onbekend merk om samen verder te gaan.
Ontbreken strategische visie juist
geen bezwaar.

Advies - Project - Interim

www.davidii.nl

gratis advertentie

Mariam is 10. Ze heeft hiv.

Geef haar een toekomst.

Zorg voor behandeling.

SMS <mariam> naar 4333. € 2 per bericht.

Eénmalig

€ 2/bericht

Plus kosten voor het gebruik van uw mobiele telefoon. Nog geen 18? Vraag toestemming aan je ouders. Meer info: stopaidsnow.nl



GEEF IEDER KIND EEN LACH



Foto: Enwin van den Berg

AANHOUDENDE CRISIS MAAKT POSITIE ZZP'ER KWETSBAAR

ZZP'ers merken dat de economische crisis nog niet voorbij is. Voor de meeste ondernemers zat er in 2012 geen verbetering in en ook dit jaar moet men zich weer flink inzetten.

Vergeleken met vorig jaar is het aandeel declarabele uren iets gedaald. Als het inkomen uit de onderneming geheel zou wegvallen, houdt de helft van de huishoudens van ZZP'ers nog voldoende inkomsten over om in het levensonderhoud te voorzien. Dit blijkt uit een meting van Panteia onder 3000 deelnemers in het ZZP-panel.

Bijna driekwart van de ondernemers heeft geen andere inkomstenbron naast het inkomen uit de onderneming. Gemiddeld maakt het inkomen uit de onderneming 86 procent uit van het persoonlijk inkomen van de ondernemer en 61 procent van het gezinsinkomen. Als het inkomen uit de onderneming geheel zou wegvallen, heeft een op de twee huishoudens van de ondernemers niet voldoende inkomsten over om in het levensonderhoud te voorzien, omdat eventuele andere inkomsten daarvoor ontoereikend zijn. Toch zou slechts een op de acht ondernemers liever in loondienst zijn.

De omzet blijft voor het tweede jaar op een rij onveranderd. Ruim de helft van de ZZP'ers realiseerde in 2012 een omzet tot 50.000 euro en een op de drie realiseerde een omzet tot 25.000 euro. Ook is het inkomen dat de ondernemers met het bedrijf verdienen onveranderd. Een op de vier ondernemers verdient met het bedrijf een gemiddeld netto maandinkomen van minder dan 1250 euro. Een op de vijf verdient met het bedrijf meer dan 3000 euro per maand.



Ziet u 't nog zitten?



Mandaat helpt u graag van uw administratieve rompslomp af.

Kijk voor onze ontzorgpakketten op www.mandaatdiensten.nl

Van basispakket tot totale ontzorging: Mandaat is graag uw partner, zodat u meer tijd kunt investeren in uw klanten.

www.mandaatdiensten.nl



Mandaat

Daadkracht voor uw assuratiekantoor



Ronald Waasdorp
Directeur UPGRADE

KLAAR VOOR EEN UPGRADE

UPGRADE is de nieuwe naam van ROC A12 Training & Advies. Directeur Ronald Waasdorp: 'UPGRADE staat voor verbetering, **professionalisering**. Dat is precies waar we voor gaan. Met onze trainingen, **cursussen en opleidingen ondersteunen** we bedrijven en particulieren om de verbeterde nieuwe versie van zichzelf te worden. Want beter worden in je vakgebied en bijblijven met de nieuwste ontwikkelingen maakt je sterk en flexibel, daar geloven we in.'

UPGRADE biedt trainingen, **cursussen en** opleidingen op verschillende vlakken, van Handel en Administratie tot Zorg of Techniek. En van beroepskeuzeonderzoek tot assessments of werknemersvaardigheden. Waasdorp: 'Voor elke **professionaliseringsvraag** hebben we een passende upgrade.'

www.upgrade.nu

WIJ HALEN GRAAG HET BESTE UIT MENSEN



UPGRADE verzorgt cursussen/trainingen/opleidingen op het gebied van:

- Secretarieel
- Techniek
- Zorg
- Financieel administratief
- Veiligheid
- EVC
- Lassen
- Talen
- Fit - Food - Focus
- Automotive



UPGRADE

De dynamische kracht naar vakmanschap

Vakgericht en doelbewust. Uit de praktijk voor de praktijk.

De scholingen worden verzorgd op onze locaties in Ede, Arnhem, Velp, Veenendaal, Huissen, Wageningen en Barneveld, bij jou op locatie of in de buurt.

Meer informatie: www.upgrade.nu | 0318 45 51 80 | info@upgrade.nu

Wij werken o.a. voor:



Raad voor Rechtsbijstand



UW PENSIOENVOORNEMEN IN 2014

Politiek Den Haag moet bezuinigen en zoekt mogelijkheden. En zie daar, pensioen. Pensioen is immers niet sexy en ver van uw bed. Daarnaast bent u murw van alle informatie over dekkingsgraad en het korten van pensioen. U weet alleen dat u langer moet doorwerken.

In dat licht is het ook niet verwonderlijk dat de volgende aanpassing op stapel staat. Pensioenpremies betalen leiden immers tot fiscaal voordeel. Beperk de fiscale aftrek, dus ook de opbouw en de schatkist ontvangt meer belastingcenten. Simpel en doeltreffend. U piept toch al niet zo hard meer en u voelt dit (nog niet) in de portemonnee.

Na eerste poging waarbij de heren door de Eerste Kamer zijn teruggestuurd om hun huiswerk opnieuw te maken, liggen er nu voorstellen die, zoals dat werkt in ons poldermodel, uitvoerbaar zijn. Voor u betekent dit een verlaging van de pensioen-

opbouw. Voor de jongere generatie is het nog slechter. De politiek wil ons doen geloven dat het allemaal wel meevalt, immers we mogen al beginnen met opbouw



vanaf leeftijd 21 en kunnen dus tot minimaal 67 jaar al 46 dienstjaren maken. De praktijk is anders, slechts een kleine groep werkt tot zijn pensioendatum bij dezelfde baas. Dit betekent dus hap-snap opbouw van kleine pensioentjes.

Een goed voornemen

Neem u zelf voor om uw pensioenopbouw (eenvoudig bereikbaar met uw DigiD op www.mijnpensioenoverzicht.nl) te gaan lezen. Stel vast hoeveel pensioen u ontvangt na pensionering en indien u voor de kerst besluit te overlijden. Oordeel dan zelf of u en uw gezin hiervan rond kunnen komen. Komt u er niet uit, schakel dan een pensioendeskundige in. ■

Drs. Aloys Harmsen MFP CPA, pensioenadviseur en financieel planner, adviseert bij pensioenvraagstukken.
www.pensioensupportnederland.nl is gevestigd te Etten.

NEDERLANDSE WERKNEMER KRIJGT MEESTE EXTRA'S

Nederlandse werknemers hebben de beste secundaire arbeidsvoorwaarden van Europa. Nederlandse bedrijven hebben veelzijdige secundaire arbeidsvoorwaarden, uitgebreide welzijnsprogramma's en zorgen voor netwerkmogelijkheden.

Dit blijkt uit een onderzoek van het Top Employers Institute onder meer dan 500 bedrijven in Europa. Het onderzoek laat zien dat Nederlandse werknemers gebruik kunnen maken van een breed scala aan secundaire arbeidsvoorwaarden. Zo vergoeden werkgevers in ruim negentig procent van de gevallen de reiskosten en bieden ze een ziektekostenverzekering. Dit is in Europa respectievelijk dertig en tien procent lager.

Nederlanders krijgen vaker studieverlof en financiële studiebegeleiding dan in de rest van de EU. Ook krijgt bijna de helft van de Nederlanders de ruimte om onder werktijd religieuze en spirituele activiteiten te ontplooiën. Dit is bijna nergens anders in Europa mogelijk.

Sociale stimulans

Ook op sociaal gebied loopt Nederland voorop. Negentig procent van de Nederlandse bedrijven heeft een personeelsvereniging en bijna de helft heeft een alumniclub. In de rest van Europa is dit maar bij een derde van de bedrijven aanwezig. Om eventuele misstanden aan de kaak te stellen, hebben bijna alle Nederlandse bedrijven een vertrouwenspersoon.

Kinderopvang

Wat kinderopvang betreft, is er nog wel ruimte voor verbetering. Waar in Europa ruim dertig procent van de werknemers gebruik kan maken van kinderopvang, ligt dit in Nederland op een schamele drie procent. Ook op gebied van flexibele werktijden scoort Nederland lager.





Wir leben Autos.



CHEVROLET

WIJ VERHEUGEN ONS OP BLIJE GEZICHTEN...



BROEKHUIS DOETINCHEM, MEER DAN OPEL, MEER DAN CHEVROLET EN MEER DAN AUTO'S!

Ons dagelijks doel is enthousiaste klanten. Dit doen wij door gemak en onbezorgd rijplezier te bieden. Zo bieden wij u scherpe prijzen, kwaliteit en de beste service die u zich kunt wensen. Wij willen de dealer zijn waar u zich thuisvoelt én waar u kunt

rekenen op professionaliteit. Rijplezier ervaart u vanzelfsprekend ook met onze auto's. Met Opel en Chevrolet is de kans groot dat u de auto vindt die bij u past.

Wij ontmoeten u graag bij Broekhuis Opel en Chevrolet Doetinchem!



BROEKHUIS

DOETINCHEM MEER DAN AUTO'S...

Broekhuis Doetinchem

Plakhorstweg 1-3

7008 AS Doetinchem

(T) 0314 - 34 16 00

broekhuisgroep.nl



COMPUTERCRASH DOOR SOLLICITATIES

Een IKEA-winkel in Spanje heeft zo ontzettend veel online-sollicitaties ontvangen dat het computersysteem is gecrasht, zo meldt het NOS Journaal. In vier dagen tijd reageerden zo'n 20.000 mensen op een baan als winkelmedewerker bij een vestiging net buiten Valencia. IKEA heeft maar 400 banen te vergeven. Dit grote aantal sollicitaties toont de ernst van de economische situatie in Spanje. Zo'n 6 miljoen Spanjaarden zijn werkeloos. Dat is 26 procent van de beroepsbevolking. Het is overigens niet het grootste aantal sollicitaties dat de Zweedse meubelwinkel ooit ontving. Eerder reageerden er in Jerez, in het zuiden van Spanje, 50.000 mensen op een vacature, maar dat was in een maand tijd.

AMAZON WIL BEZORGEN MET DRONES

Amazon experimenteert met het bezorgen van post via drones, oftewel onbemande vliegtuigjes. In China gebeurt het al en vanaf 2015 moeten ook in de Verenigde Staten de pakketjes door de lucht bezorgd gaan worden. Als het tenminste aan Amazon-topman Jeff Bezos ligt. In het programma 60 Minutes presenteerde Bezos de 'Octocopter', waar ze bij Amazon mee aan het testen zijn geslagen. Over een paar jaar hoopt het internetbedrijf ook toestemming te krijgen van de Amerikaanse luchtvaartautoriteiten FAA. De onbemande vliegtuigjes kunnen pakketjes tot 2,3 kilo afleveren in een straal van ruim zestien kilometer rond een distributiecentrum van Amazon. Zo'n 86 procent van alle producten die gekocht worden via Amazon zouden in de toekomst met drones bezorgd kunnen worden.

(*Bron: NRC)



RACISTISCHE E-MAIL BELANDT BIJ SOLLICITANT

"Heb nog even gekeken, is niks. Ten eerste een donker gekleurde (neger). En op zijn cv weinig ervaring met computers enz." Dat kreeg Jeffrey Koorndijk te lezen in een mailtje van een elektronicabedrijf in Arnhem naar aanleiding van een sollicitatie om stage te lopen bij het bedrijf. Koorndijk zegt dat een intern mailtje per ongeluk naar hem is gestuurd. Zijn neef plaatste de foto van de mail onlangs op Facebook. Deze is inmiddels al vele malen gedeeld. En ook op Twitter zijn de reacties inmiddels losgebarsten. (Bron: NOS)

EMAIL-APNEU

Grote kans dat je lijdt aan email-apneu, zo schrijft Daily Mail. Inderdaad, dat is net zoiets als slaapapneu, dat je vergeet te ademen tijdens je slaap.

De term 'email-apneu' is in het leven geroepen door Linda Stone, een hoge pief van Apple.

Ga maar eens na of je wel eens licht in je hoofd wordt tijdens het mailen. Komt doordat je jezelf per ongeluk hebt aangeleerd om je adem in te houden tijdens het typen. Zo'n 80 procent van alle mensen zou dit doen.

De symptomen van slaapapneu zijn vermoeidheid, wakker worden met een droge keel, slecht geheugen, concentratiestoornis, hoofdpijn, angst, depressie, een laag libido en impotentie.



Beveiliging schuift op van facilitair naar publiek

Meer veiligheid voor minder geld

Traditioneel gezien staat beveiliging bekend als facilitaire dienstverlening, naast catering en schoonmaak. “De branche is echter steeds zichtbaarder in het (semi)publieke domein. Natuurlijk is het aan de overheid om pal te staan voor een veilige samenleving, maar de beveiliging vindt juist op dit terrein meer emplot. Daarom schuift zij op van facilitair naar publiek actief.”

Aan het woord is Tjibbe Joustra, voorzitter van Onderzoeksraad voor Veiligheid. “Met de kansen in het publieke domein klinkt de roep om innovatie,” zegt hij. “Informatie-uitwisseling tussen uniformen is belangrijk om op te pakken en verder te verbeteren. Ik zie het als de taak van de sector om hierin het voortouw te nemen.”

Criminaliteit daalt

Bert den Hartog, binnen Securitas verantwoordelijk voor Business Development & Technology neemt die handschoen graag op: “Een goed voorbeeld van dergelijke publiek-private samenwerking is de gezamenlijke controlekamer waar politie en beveiligers samenwerken. In deze zogenaamde Regionale Toezicht Ruimte (RTR) observeren beveiligers én politie camerabeelden van bijvoorbeeld bedrijventerreinen, winkelgebieden, parkeerplaatsen en uitgaanscentra. Bij het interpreteren van die beeldinformatie maken we gebruik van moderne analysetechnologie.” Als gevolg hiervan gaat tussen de publieke en private partners steeds minder informatie onnodig verloren. “De reactietijd is veel korter en iedereen kan vanuit de eigen bevoegdheden en verantwoordelijkheden effectief handelen. In zowel het publieke als het private domein is sprake van een daling van de criminaliteit. Het is echt veiliger geworden.”

Drie O's

De resultaten van de samenwerking liegen er niet om. Binnen drie jaar tijd is sprake van een daling van de criminaliteit met zo'n 80%. Doet goed voorbeeld goed volgen? “In de praktijk blijkt dat het niet eenvoudig is om alle ketenpartners op één lijn te krijgen,” weet Den Hartog. “De RTR kent dan ook een lange voor geschiedenis. In 2003 startte de politie een onderzoek met als doel het aantal nodeloze alarmeringen terug te dringen.

Ketenpartners
kruipen steeds
vaker bij elkaar

Daarbij waren de drie O's betrokken: ondernemers, onderwijs en overheid. Dat heeft vervolgens geleid tot de oprichting van de stichting CrimiNee! Met name het delen van informatie tussen publieke en private partijen ligt gevoelig. Wat wel en niet mag, is allemaal juridisch getoetst. Dat kostte tijd.”

Onconventioneel

In Laren weten ze daar alles van. “Door het hoge aantal woninginbraken en een

serie brandstichtingen daalde het gevoel van veiligheid bij inwoners fors,” aldus burgemeester Elbert Roest. “Om het publieke vertrouwen te behouden, werden we gedwongen tot onconventioneel handelen. Het gemeentebestuur heeft toen het initiatief genomen om ook particuliere beveiligingsbedrijven het publieke domein te laten dienen. Vervolgens rees de vraag: moeten wij als gemeente die inzet inkopen?” Ja dus. Dat heeft geresulteerd in het convenant Particuliere Beveiliging. “Gedurende het eerste convenant stuurden we ook op de inhoudelijke inzet van de uren,” meldt de burgemeester. “Dat deel van het werk heeft de politie bij de recente ondertekening van het tweede convenant overgenomen. We voeren nu alleen nog de regie over de inkoop. De beveiligingsuren worden flexibel en informatiegestuurd ingezet. Neem surveillance rond sluitings tijden van winkels in de winterperiode. Dat tijdslot creëert een verhoogde kans op overvallen, dus zetten we daar extra beveiliging voor in. We sturen dus directer op veiligheid en daarmee op resultaat.”

Protocollaire angst

Hoe logisch de samenwerking tussen politie, gemeente en beveiligingsbedrijf ook klinkt, volgens Roest is er een ware zoektocht aan voorafgegaan. “De gesprekken met politie en justitie waren intensief; argwaan en twijfel moesten overwonnen worden. Voor de politie was het echt wennen om informatie te delen. Zowel bij de top als op de werkvloer was sprake van protocollaire angst. Het gaat immers om vertrouwelijke gegevens die vanuit de meldkamer naar beveiligers wordt doorgesluisd. Informatie die niet ‘op straat’ mag komen te liggen.”



Politie en beveiligers bekijken samen camerabeelden in een Regionale Toezicht Ruimte

Ook het regelen van een directe inbellijn voor het beveiligingsbedrijf bij de meldkamer was een *struggle*. Niet onbegrijpelijk, volgens Roest. “Als politie zet je letterlijk de lijn open naar jouw werkproces. Het heeft dus alles te maken met vertrouwen. Allereerst in de top. De volgende uitdaging is om te werken aan begrip bij de mensen op de werkvloer.” Volgens Roest is de opstelling van het beveiligingsbedrijf daarbij cruciaal geweest. “Dealen met de overheid is anders dan met het bedrijfsleven. Vastberadenheid, geduld en tact zijn belangrijke voorwaarden om in die driehoek te kunnen opereren.”

Opschalen

Het convenant in Laren heeft geleid tot een regionaal informatieprotocol. Dit fungeert als richtsnoer voor het delen en verwerken van informatie. “Een mooie winst van twee jaar samenwerken. Het convenant biedt ons als gemeente de mogelijkheid direct te sturen op veiligheid. Meer blauw op straat lijkt een

achterhaald concept. Relevanter is informatiegestuurd samenwerken. Dat heeft de toekomst. Dat moet in Den Haag nog meer doordringen.” Ook andere gemeenten in de veiligheidsregio Gooi en Vechtstreek hebben interesse getoond. Roest raadt het zijn collega’s aan. “De komst van de Nationale Politie onderstreept de noodzaak om op te schalen.”

Politietaken overnemen

Volgens Ronald van Steden, universitair docent Bestuurskunde aan de Vrije Universiteit, kun je je inderdaad afvragen wat de centralisering en de vorming van de nationale politie betekenen op lokaal niveau. “De tendens is dat de basispolitiezorg minder wordt in buurten, in wijken en op treinstations. Aan andere kant is er de professionalisering van de beveiligingsbranche waardoor gaten kunnen worden opgevuld. Minder politieblauw, meer ‘lichtblauw’ op straat door straatcoaches, buitengewoon opsporingsambtenaren en beveiligers. De volgende stap kan zijn dat

beveiligers politietaken gaan overnemen. Dit is een belangrijke discussie want veiligheid is kerntaak van de staat. Het is de vraag of de politie welwillend genoeg is om de samenwerking met beveiligers aan te gaan. Bovendien beschikt een beveiligers momenteel over weinig juridische middelen, terwijl veel van hem of haar wordt gevraagd.”

Kwestie van tijd

Op overheidsniveau is nog geen eenduidige richtlijn voor samenwerkingsvormen tussen publieke en private partijen. Volgens Den Hartog is dat een kwestie van tijd. “Steeds vaker kruipen ketenpartners – financieel gedwongen – bij elkaar om de mogelijkheden te onderzoeken. Begrijpelijk, want wie wil er nu niet meer veiligheid voor minder geld? Ondersteund door techniek kunnen mensen veel slimmer en effectiever worden ingezet. Dat is de toekomst. Je hebt dan wel partijen nodig die over hun eigen grenzen heen kunnen kijken.” ■

Nationale wetgeving als struikelblok

Logistiek dienstverlener Wim Bosman uit 's-Heerenberg profiteert volgens eigen zeggen van de uitstekende infrastructuur en de centrale ligging van de Euregio Rijn-Waal binnen Europa. Hetzelfde geldt voor veel andere Nederlandse en Duitse transportbedrijven uit de grensregio. Wel schippert de logistieke branche tussen de verschillende regelgeving in Duitsland en Nederland.



Dit alles werd duidelijk tijdens een workshop en bedrijfsbezoek bij Wim Bosman op 26 november jongstleden, georganiseerd door de Nederlands-Duitse Handelskamer (DNHK) in het kader van het grensoverschrijdende B2B-project '2 connect Business'.

30 Nederlandse en Duitse vertegenwoordigers uit de logistieke sector waren naar 's-Heerenberg getogen en discussieerden over het thema 'Innovatie vs. juridische regelgeving met betrekking tot het Nederlands-Duitse goederentransport'. De bijeenkomst is de derde in een reeks, die op 13 februari 2014 met een workshop en bedrijfsbezoek bij de schoenenretailer Deichmann in Bottrop wordt voortgezet. Bertil ter Maat, managing director bij Wim Bosman Transport, vatte de discussie in 's-Heerenberg als volgt samen: "Afgezien van details, zoals de beveiliging van de lading, verschillen de wensen van Duitse en Nederlandse klanten helemaal niet zo veel van elkaar. Het zijn vooral de juridische kaders en bedrijfsstructuren in beide landen die afwijken."

Verschillende kaders

Zo moet volgens Ter Maat tijdens de routeplanning rekening worden gehouden met het Duitse rijverbod op zondag. Ook vonden de Nederlandse deelnemers van de workshop het onduidelijk waarom Duitsland zijn eigen tolsysteem heeft, terwijl veel andere landen het eurovignet hanteren. Een ander voorbeeld: de snelheidslimiet. In Duitsland is de toegestane snelheid voor vrachtwagens op doorgaande wegen buiten de bebouwde kom beperkt tot 60 km/h. In Nederland mogen vrachtwagens hier 80 km/h rijden. Ook de discussie over de zogenaamde LZV's verliep in beide landen zeer divers. In Nederland zet Wim Bosman succesvol twee van deze 25 meter lange tientonnars in, die wel tot 60 ton aan goederen kunnen transporteren. De voorwaarden voor de inzet van deze LZV's zijn volgens Ter Maat over de grens veel strenger. Zo zijn deze LZV's in Noordrijn-Westfalen nog steeds verboden.

Gebrek aan chauffeurs

In Duitsland is het een bekend probleem, in Nederland daarentegen speelt het volgens Ter Maat veel minder: het gebrek aan chauffeurs.

In ons buurland worden volgens een van de deelnemers op grote schaal Oost-Europese chauffeurs ingezet. Uit financiële overwegingen, maar ook omdat er geen vervangers beschikbaar zijn voor de vele pensioengerechtigde chauffeurs. Ook zijn de (technische) eisen waar de chauffeurs in Duitsland aan moeten voldoen de laatste jaren steeds strenger geworden, waardoor de scholingskosten toenemen. Het is voor Duitse chauffeurs en ondernemers steeds lastiger om hier aan te voldoen.

Value Added Logistics

De deelnemers waren tijdens de rondleiding zeer onder de indruk van het immens grote distributiecentrum van Wim Bosman. Hier was ook een mooi praktijkvoorbeeld van Value Added Logistics te aanschouwen: het distributiecentrum van Bosman wordt niet alleen gebruikt als centraal Europees magazijn en strategische overslagplaats, maar ook als locatie waar de producten gereed gemaakt worden voor de verkoop. Aangeleverd via de Rijn-Waal-terminal in Emmerich worden de verschillende onderdelen volgens de kwaliteitsstandaarden van de klant op de voertuigen gemonteerd." ■

ZZP'er nieuwe legkip van MKB of meest ideale werknemer van BV Nederland?

De crisis lijkt voorbij. Sinds 2008 hebben veel ondernemers het helaas niet gehaald. Zij zaten met hun bedrijf in een keurslijf en waren niet in staat om mee te deinen met de nieuwe ontwikkelingen en trends van de afgelopen vijf jaar. Directeuren en medewerkers in praktisch alle sectoren zijn ontslagen, waarvan een groot gedeelte voor zichzelf is begonnen.

De ZZP'er behoort tot de bevoorrechte ondernemer die zelf bepaalt. De nieuwste telg in de werknemersfamilie van BV Nederland. In staat om samen te werken met andere ondernemers en/of particulieren en die vertaalt naar werkbaarheid. Een ondernemende professional, die inmiddels volwassen is geworden en op alle niveaus als expert meewerkt aan de nieuwe werkmotor en flexibilisering 3.0 in Nederland.

Nog voor het KVK-nummer van zijn onderneming bekend is, krijg de ZZP'er tal van bedrijfskundige inzichten aangereikt, kan hij profiteren van collectieve aanbiedingen, lid worden van netwerkclubs en alvast een online boekhoudpakket uitproberen. Volgens deskundigen is een cursus zelfmanagement aan te raden. Om z'n opgedane kennis, vaardigheden en kwaliteiten te meten en die op juiste wijze in te zetten en te vertalen naar goed ondernemerschap.

Samenwerken, participeren en begrippen zoals coöperatie, keten-, flex- en netwerkmaatschappij krijgen



Ron Böhmer
Werkvriend.nl

de laatste tijd wetenschappelijke betekenis maar zullen uiteindelijk vertaald worden tot één simpel woord, namelijk delen. Blijkbaar is delen een nieuw toverelixer en geeft het de huidige ondernemers de sociaal economische zekerheid van krijgen en uiteindelijk hebben. Daarnaast worden maatschappelijk verantwoord ondernemen en het nieuwe werken geïntegreerd in onze samenleving. Gezien de uniciteit van de zelfstandige zonder personeel, past die op dit moment goed in het nieuwe sociaal-economisch evenwicht van Nederland.

Wil de ZZP'er zelf zijn ideeën genereren, en met eigen medewerkers ver-

der bouwen aan een groter MKB bedrijf? Dan dient hij rekening te houden met de hoge lonen van medewerkers en de vaak ingewikkelde regelgeving in Nederland, en een arsenaal aan (financieel) adviseurs achter de hand te hebben. Wil hij delen en samenwerken, dan kan hij verder met de zoektocht naar economische vrijheid, betrekkelijke rust en de nodige collectieve veiligheid, vrij vertaald werk(gever)!

Nederlanders staan bekend als een slim en productief volkje met veel innovatieve slagkracht. Is het dan wel verstandig om onze jarenlange expertise te delen, laat staan aan de man te brengen aan andere landen. We maken ons meer en meer afhankelijk van het buitenland door onze huid duur te verkopen. Waarom niet eerst participatie zoeken in eigen land met de nieuwe 'experts' van deze tijd. We hebben er namelijk genoeg!

Door coöperatieve samenwerking in de ogenschijnlijke participatiemaatschappij zouden juist de (toekomstige) ZZP'ers de nieuwste innovatieve ontwikkelingen tot werkelijkheid kunnen smeden. Op deze wijze start er een duurzame banenmotor voor de 21e eeuw. Dat is wel zo mooi voor alle werkzoekenden! En dat zijn er veel. ■

Ron Böhmer
Ondernemer

JIJ: van organisatiebureau naar full service-bureau

In 2009 startten Carmen van den Dikkenberg en Esther Westerhof hun organisatiebureau JIJ in Veenendaal. Vijf jaar later is het bedrijf uitgegroeid tot een volwaardig full service-bureau en zijn er twee labels toegevoegd: JIJ Promotie en JIJ Congressen. De ambitieuze doelen van de eigenaren van JIJ zijn hiermee voor een groot deel verwezenlijkt. Voor het lustrumjaar heeft JIJ een aantal feestelijke acties en evenementen gepland.



JIJ begon een half decennium geleden als organisatiebureau. Een bureau dat al snel liet zien thuis te zijn in de organisatie van in house evenementen. Voor bijvoorbeeld een open dag of jubileum weet JIJ optimaal gebruik te maken van wat er voor handen is, altijd op een manier dat het 'hart' van het bedrijf zichtbaar blijft. "De afgelopen jaren hebben we hard gewerkt om de doelen uit onze beginperiode te verwezenlijken, de volgende stap is uitbreiding. Daar hebben we op ingezet door onder meer JIJ Promotie en JIJ Congressen als eigen labels toe te voegen aan JIJ Organiseren." Aan het woord is Esther Westerhof. "Wij hebben ons naast het organiseren van bedrijfsfeesten, jubi-

lea, productlanceringen en andere evenementen de afgelopen twee jaar al bewezen als promotie- en congresbureau. Daarom vonden we het de hoogste tijd om dit zichtbaar te maken. Op onze compleet vernieuwde website worden JIJ Promotie en JIJ Congressen dan ook duidelijk gepresenteerd."

Vanuit de business case

JIJ steunt op drie pilaren: Organiseren, Congressen en Promotie. Dat maakt van JIJ een full service-bureau op het gebied van organiseren, niet te verwarren met een evenementenbureau. "Een organisatiebureau gaat een stuk verder en wordt doorgaans in een eerder stadium betrok-

ken bij de opdracht", legt Carmen van den Dikkenberg uit. "Wij werken vanuit de business case van de opdrachtgever, denken een concept uit en geven daardoor meer mee aan het evenement of congres." Om die reden gaan de eigenaren van JIJ ook graag eerst vrijblijvend een gesprek aan met (potentiële) opdrachtgevers. "Hoe eerder wij worden ingeschakeld, des te meer kunnen we voor een klant betekenen. Niet elk bedrijf denkt er misschien aan, maar wij kunnen bijvoorbeeld ook een heel jaarprogramma maken en daar activiteiten zoals Sinterklaas, Kerst, secretaressedag en een personeelsfeest in verwerken. Vaak zijn bedrijven ondanks de organisatiekosten ook goedkoper uit



JIJ viert de 5 met feest en korting

Ter ere van hun naderende vijfjarige bestaan geeft JIJ Organiseren medio 2014 een groot feest voor familie, bekenden, zakenrelaties en bedrijven uit de buurt. Uiteraard willen ze nog niet teveel weggeven, maar het lustrumfeest belooft sensationeel te worden en daarmee onderstreept JIJ precies waar ze zo goed in zijn. "Voor het feest dat we in gedachten hebben, trekken we alles uit de kast. Hiermee laten we zien wat we kunnen." Gedurende het nieuwe jaar zal JIJ regelmatig wat feestelijks doen, zoals de speciale kortingsactie. Klanten die het eerste halfjaar van 2014 voor JIJ kiezen, vieren de 5 met ons mee en kunnen een korting van 5 procent verwachten.

dan wanneer ze het zelf doen; wij hebben een groot netwerk en kunnen snel schakelen."

Congressen en promotie

De stap om Congressen als apart label weg te zetten, is niet zo'n vreemde als je bedenkt dat de organisatietalenten hier een achtergrond in hebben. Of het nou om de volledige organisatie gaat of werken in projectteams: JIJ stelt de klant voorop en regelt het. "In feite regelen we alles vanaf de voorbereiding tot het einde van het congres. Van programmaontwikkeling, sprekersbenadering, werven en opzetten van de informatiemarkt tot de deelnemersregistratie, bevestigen en de logistieke organisatie." JIJ bedient alle markten als het gaat om congressen, maar heeft een duidelijk specialisme ontwikkeld in de medische sector. Expertise is opgedaan door congresorganisatie voor onder meer Borstkankervereniging Nederland en Pink Ribbon. "Dat maakt dat we de taal spreken van bedrijven, stichtingen en verenigingen in deze sector."

Promotie was een logische toevoeging om het JIJ-spectrum mee te comple-

menteren. "Promotiemarketing is iets waarmee we door de jaren heen steeds meer te maken kregen. Eerst zijdelings, maar al gauw verwerkten we promotie als onderdeel in onze eigen voorstellen aan de klant. Inmiddels is Promotie dan ook een volwaardig eigen label geworden binnen JIJ."

Persoonlijk

De kracht van JIJ zit in de persoonlijke benadering. Dat klinkt misschien niet bijster origineel, maar wie ooit met JIJ heeft gewerkt kan niet anders dan dit beamen. "We gaan echt in de schoenen van de klant staan, waardoor we snel het vertrouwen krijgen, dat krijgen we ook regelmatig terug. Niets is ons te gek, we proberen tot het uiterste te gaan en 200% te geven aan de klant. En we geven ook advies als we denken dat het anders moet. Alles kan en altijd voor een zo interessant mogelijke prijs. Ons doel is om de beste oplossing te bieden die past bij onze klanten." ■



Michelinsterren

Het nieuwe sterrenfirmament voor komend jaar

Op maandag 25 november reisde de belangrijkste culinaire spelers van ons land af naar Theater het Vrijthof in Maastricht. Daar werden de Michelin sterrenrestaurants voor 2014 bekendgemaakt.

Bij de restaurants in Nederland is een duidelijke trend te bespeuren. Chefkoks lijken zich te bezinnen op hun activiteiten en willen met nieuwe initiatieven die creatiever en flexibeler van opzet zijn een breder publiek aanspreken. Ook zijn er chefs die na jaren presteren op topniveau een nieuwe uitdaging zoeken. Zo heeft Sergio Herman vlak voor de kerstdagen zijn driesterrenrestaurant Oud Sluis gesloten en deed ook Ron Blaauw de deuren van zijn gelijknamige etablissement dicht. Hans van Wolde koos voor zijn tweesterrenrestaurant Beluga voor een nieuwe opzet.

De Librije van topchef Jonnie Boer blijft onverminderd succesvol en gaat alweer een nieuw jaar met drie sterren in. Boer

krijgt in dit segment gezelschap van Jacob Jan Boerma die met zijn restaurant De Leest in Vaassen eindelijk een derde zespunter in de wacht wist te slepen.

Een tweede ster werd door drie restaurants in de wacht gesleept, te weten Bord'Eau in Amsterdam, FG in Rotterdam en Fred te Rotterdam. Een eerste ster deelden de inspecteurs van Michelin uit aan 't Raedthuys in Duiven, Lucas Rive in Hoorn en Bridges in Amsterdam. Karel V te Utrecht heeft haar ster niet weten te behouden, mede vanwege de wisseling van de chef cuisine in 2013 waarbij voor jong talent met veel potentie is gekozen. Ten slotte staat er in 2014 ook restaurant

In de Molen in Onderendam en een ster in de gids. Opvallend detail is dat deze zaak niet in Lekker en GaultMillau gidsen staat vermeld.

Kroon op het werk

Voor restaurants worden de Michelinsterren beschouwd als dé kroon op het harde werk en blijk van waardering en kwaliteit. De sterren worden toegekend aan de hand van vijf criteria: de kwaliteit van de producten, de beheersing van kooktechnieken en smaken, hoe de persoonlijkheid van de chef in zijn gerechten doorklinkt, de prijs-kwaliteitsverhouding en de constantheid van de prestaties door de tijd heen en over de hele kaart.

De betekenis van de sterren is als volgt: * 1 ster – Uitzonderlijke keuken,
** 2 sterren – De keuken is een omweg waard, *** 3 sterren – De keuken is een reis waard

2014

De verdeling:

3 Michelinsterren:

- Vaassen: De Leest
- Zwolle: De Librije

2 Michelinsterren:

- Amsterdam: Bord'Eau
- Amsterdam: Ciel Bleu
- Amsterdam: &lsamhoud places
- Amstelveen: Aan de Poel
- Hoofdplaat: De Kromme Watergang
- Giethoorn: De Lindenhof
- Bloemendaal: Chapeau!
- Overveen: De Bokkedoorns
- Heeze: Boreas
- Kruijningen: Inter Scaldes
- Maasbracht: Da Vinci
- Maastricht: Beluga
- Rotterdam: FG
- Rotterdam: Parkheuvel
- Rotterdam: Fred
- Schipluiden: De Zwethheul
- Ubachsberg: De Leuf
- Waalre: De Treeswijkhoeve
- Zwolle: Librije's Zusje

1 Michelinster

(gerangschikt per provincie):

Drenthe

- Zuidlaren: De Vlindertuin
- Zuidwolde: De Groene Lantaarn

Friesland

- Drachten: Koriander
- Leeuwarden: Élevé

Gelderland

- Bennekom: Het Koetshuis
- Duiven: 't Raedthuys
- Harderwijk: Basiliek
- Harderwijk: 't Nonnetje
- Heesum: De Kromme Dissel
- Hoog Soeren: De Echoput
- Malden: Le Marron
- Wageningen: O Mundo
- Zutphen: 't Schulten Hues

Groningen

- Aduard: Herberg Onder de Linden
- Onderdendam: In de Molen

Limburg

- Maastricht: Château Neercanne
- Maastricht: Toine Hermens
- Maastricht: Tout à Fait
- Roermond: One
- Venlo: Valuas
- Tegelen: Aubergine
- Weert: Bretelli
- Well: Brien en aan de Maas

Noord-Brabant

- Breda: Wolfslaar
- Eindhoven: Avant-Garde Van Groeninge
- Eindhoven: De Karpendonkse Hoeve
- Etten-Leur: De Zwaan
- 's-Hertogenbosch: Sense
- Vught: De Heer Kocken
- Kaatsheuvel: De Molen
- Nuenen: De Lindehof
- Oss: Cordial
- Sint-Oedenrode: Wollerich
- Wouw: Mijn Keuken

Noord-Holland

- Amsterdam: Bridges
- Amsterdam: Lastage
- Amsterdam: Le Restaurant
- Amsterdam: La Rive
- Amsterdam: Ron Gastrobar
- Amsterdam: Vermeer
- Amsterdam: Vinkeles
- Amsterdam: Yamazato
- Bussum: Soigné
- Castricum: Apicius
- Haarlem: ML
- Heemstede: Cheval Blanc
- Hilversum: Lakes
- Hoorn: Lucas Rive
- Monnickendam: Posthoorn
- Santpoort: De Vrienden van Jacob
- Schoorl: Merlet
- Texel: Bij Jef

Overijssel

- Blokzijl: Kaatje bij de Sluis
- Hardenberg: De Bokkepruik
- Hengelo: 't Lansink
- De Lutte: De Bloemenbeek
- Ootmarsum: De Wanne

Utrecht

- Amersfoort: Blok's
- Amersfoort: De Saffraan
- Driebergen-Rijsenburg: La Provence
- Houten: Kasteel Heemstede
- Loenen aan de Vecht: 't Amsterdammertje
- Loenen aan de Vecht: Tante Koosje
- Linschoten: De Burgemeester
- Vreeland: De Nederlanden
- Bosch en Duin: De Hoefslag

Zeeland

- Breskens: Spetters
- Cadzand: Pure C
- Koewacht: 't Vlasbloemeken
- Sluis: La Trinité
- Wilhelminadorp: Katseveer

Zuid-Holland

- Capelle aan den IJssel: Perceel
- Den Haag: Calla's
- Den Haag: HanTing Cuisine
- Noordeloos: De Gieser Wildeman
- Noordwijk aan Zee: Latour
- Reeuwijk: Kaagjesland
- Rijsoord: Hermitage
- Rijswijk: Niven
- Rotterdam: Amarone
- Rotterdam: Wereldmuseum
- Scheveningen: Seinpost
- Voorburg: Savelberg
- Warmond: De Moerbeij

Vervallen sterren Michelin 2014:

- Sluis: Oud Sluis (per 23 dec 2013 gesloten)
- Amsterdam: Ron Blaauw (gesloten)
- Emmeloord: Sonoy (gesloten)
- Rypstjerk: Frouckje State (verhuisd, nu Élevé in Leeuwarden)
- Utrecht Grand: Restaurant Karel V

10 MKB-trends voor 2014

'Ondernemers die durven te delen, komen sterker uit de crisis', en nog negen andere trends voor MKB'ers in het komende jaar. De Dutch Network Group, bestaande uit MKB Servicedesk en De Zaak, hebben tien trends voor het MKB samengesteld.

1. Delen is het nieuwe hebben

Ondernemen doe je niet alleen. Je werkt samen: met collega's, met concurrenten en zelfs met klanten. Want twee kunnen meer dan één. Zodat jij je kunt toelagen op waar je echt goed in bent.

2. Gestapeld financieren

Alleen nog maar bij de bank aankloppen voor geld heeft geen zin meer. Ondernemers anno 2014 stapelen hun financiering: met crowdfunding, kredietunies en factoring.

3. Het gaat nog sneller in de cloud

De cloud is al overal. En niet alleen meer voor opslag van data maar vooral om die data te kunnen delen. Om overal te kunnen werken en te kunnen samenwerken.

4. Binnenkant is de nieuwe buitenkant

IQ wordt EQ. Het gaat er om dat je klant jou iets gunt. Om waar je bedrijf en jij als ondernemer voor staat, niet om wat je verkoopt.

5. Klein is het nieuwe groot

Groei is meer dan omzet en rendement alleen. Misschien ga je in 2014 wel voor persoonlijke groei of het worden van een betere werkgever.

6. Organisatie is vluchtig

Mensen en dus ook ondernemers organiseren zich niet langer



om een ideaal, maar vanwege tijdelijke gezamenlijke doelen. Afhankelijk van de levensfase waarin een bedrijf verkeert zoeken ze medestanders en gelijkgestemden. Om die later weer om te ruilen voor anderen met eenzelfde doel.

7. Duurzame mobiliteit

Duurzaam rijden is doorgebroken. In aantallen die we niet hadden kunnen bevroeden. Met dank aan gulle regelingen in 2012 en 2013. Maar duurzame mobiliteit gaat veel verder. Dat gaat over total cost of ownership en verantwoord woon-werkverkeer.

8. Betalen doe je mobiel

Horeca, retail en e-commerce: je klanten accepteren in 2014 niet meer dat ze niet met hun smartphone kunnen betalen. Net zoals ze niet accepteren dat je geen WiFi 'serveert'.

9. Het nieuwe zoeken

Vroeger zochten we iets op Google. Nu weet Google waar we zijn, wie we zijn en wat we zoeken... Dus moet je als ondernemer mee op de infrastructuur die er al ligt. Want anders word je niet gevonden.

10. Altijd en overal is het nieuwe hier en nu

Ondernemen is meer dan 24/7. Het is ook de mogelijkheid om over de hele wereld en mét de hele wereld samen te kunnen werken. Je moet daar zijn waar je doelgroep is. ■



DOETINCHEM

SPECIAL

BUSINESS®



Gemeente Doetinchem:

Schouder aan schouder met ondernemer

Voor de Doetinchem Business Special toog de redactie naar het stadhuis aan de Raadhuisstraat. Wij schoven aan tafel bij wethouder Economische Zaken Steven Kroon. Onderwerp van gesprek was onder andere de verstandhouding tussen de gemeente en de ondernemers en het A18 Bedrijvenpark.



“Het klassieke verhaal over overheid en ondernemers is dat het twee totaal verschillende werelden zijn”, legt Kroon uit. “Dat ze door de verschillende ‘talen’ moeilijk communiceren. Ik heb de indruk, die wordt bevestigd door de ondernemers, dat het in Doetinchem niet zo is. We hebben met de gemeente de afgelopen jaren ook fors geïnvesteerd in de onderlinge verhouding. We staan schouder aan schouder met de ondernemer als het gaat om het vlot trekken, zeker in crisistijd, van onze economie. We zijn partners in ondernemerschap, in het economisch vitaal houden van onze gemeente.”

Wethouder Kroon meent dit ook terug te zien in de cijfers. Begin 2013 heeft de gemeente Doetinchem een economische foto gemaakt. Deze geeft inzicht in hoeveel ondernemingen er in Doetinchem

zitten en hoeveel werkgelegenheid er is. “Doetinchem is het economisch hart van de Achterhoek. Er gebeurt heel veel aan ondernemerschap en innovativiteit met Doetinchem als economische motor. De IG&D en OvD zijn mijn belangrijkste gesprekspartners. Die samenwerking is ook erg goed en dat is terug te zien in een onderzoek over de kracht van lokale economieën dat recentelijk is uitgevoerd door onder andere Elsevier. Dat is een ranglijst over de sterkte van de lokale economieën in Nederland. En we zien dat, ondanks de economische crisis, Doetinchem een enorme sprong heeft gemaakt, van de 53e plaats naar plaats 22. Dus verhoudingsgewijs doen wij het landelijk heel goed.

Revitalisering

De gemeente Doetinchem investeert miljoenen in de bedrijventerreinen. Kroon:

“Dat is om bijvoorbeeld de openbare ruimte en de wegen op te knappen. Dat doen we omdat we snappen dat het toch het visitekaartje van de ondernemers is. Maar ik heb wel tegen de IG&D en de parkmanagers gezegd dat ik er iets voor terug vraag. De ondernemers moeten hun verantwoordelijkheid nemen voor de voorterreinen en het parkmanagement. En het werkt. Op alle bedrijventerreinen in Doetinchem hebben we dit toegepast.”

Als voorbeeld neemt Kroon bedrijventerrein Verheulswede, met 162 hectare één van de grootste in de Achterhoek. “Dat bedrijventerrein is ontwikkeld in de jaren 60 en was hard aan revitalisering toe. Daar investeren we nu in. En je ziet, en dat wordt ook bevestigd door ondernemers en makelaars, dat het vestigingsklimaat aantrekkelijker wordt. Dus ik denk dat wij goede zaken doen met de onder-



Wethouder Steven Kroon bij een van de A18-borden.

nemers als het gaat om het opknappen van de bedrijventerreinen.”

Kroon geeft tevens aan dat het beleid is van de gemeente om bedrijven de ruimte te geven. “In letterlijke zin door hectares beschikbaar te maken en door een nieuw bedrijventerrein aan te leggen, wat echt een diepte-investering is in de economie van West-Achterhoek. Maar ook in figuurlijke zin. Geef de ondernemer de ruimte om te ondernemen en niet elk wiswasje onder een vergrootglas leggen.”

Marketing

Feitelijk gaat het om een goede samenwerking tussen overheid en ondernemers. De gemeente geeft de ruimte en de ondernemers nemen de verantwoordelijkheid die daarbij komt kijken. Kroon: “Die samenwerking is er en daarom zijn ook ze gestegen in dat onderzoek. Plus het feit

dat Doetinchem een gunstige ligging heeft aan de A18. Het ligt vlak bij Duitsland en in Emmerich is een overslaghaven, dus je hoeft niet naar Rotterdam. We liggen op het scharnierpunt tussen Randstad en het Ruhrgebied, twee economische kerngebieden van Europa. En zo moeten we ons als Achterhoek en Doetinchem ook in de markt zetten. De Achterhoek is, op Eindhoven na, de meest innovatieve regio van Nederland. Weinig mensen weten dat en Achterhoekers roepen dat niet. Maar eigenlijk zouden we dat over IJssel heen moeten roepen. We moeten meer doen met marketing. Niet alleen van onze regio, maar ook van Doetinchem. We zouden gewoon meer moeten zeggen hoe goed we het doen en wat hier eigenlijk allemaal vandaan komt.”

A18 Bedrijvenpark

A18 Bedrijvenpark wordt ontwikkeld

door de gemeenten Doetinchem, Bronckhorst, Montferland en Oude IJsselstreek. Kroon: “Het is een bijzondere samenwerking tussen vier verschillende gemeenten. De samenwerking is ook beloond vanuit de provincie met een behoorlijke financiële bijdrage. Qua ligging is dit het beste bedrijventerrein van de Achterhoek. Er is ook veel belangstelling voor de kavels, maar op dit moment is het voor bedrijven nog lastig om een investeringsbeslissing te maken. Maar het feit dat er nu al voldoende belangstelling is, zegt genoeg. En als de economie uiteindelijk aantrekt en de banken weer soepeler worden, dan loopt het echt wel vol. A18 Bedrijvenpark is ook echt een investering in de toekomst. Het eerste bedrijf wat zich daar heeft gevestigd, maakt nu al 50 procent meer omzet dan op de oude locatie en heeft 100 extra arbeidsplaatsen gerealiseerd. Dáár doe je het voor.” ■

Business Club lidmaatschap



Business Seats en Super Business Seats

Nu voor aantrekkelijke instaptarieven!

Neem voor meer informatie contact op via telefoonnummer 0314-368458

De Business Club van Betaald Voetbal De Graafschap B.V. is met ruim 350 leden het **grootste zakelijke platform** van Oost-Gelderland. **Dé plek om nieuwe klanten en relaties te scoren.** Tijdens de 19 thuiswedstrijden, maar ook tijdens de vele zakelijke bijeenkomsten (meer dan 25 per seizoen), zoals de Happy Hours en de Workshop Hours. U kunt kiezen voor **Business Seats** in de **Business Club Lounge** en / of **Super Business Seats** in de **Sponsor Lounge**, waar de **consumpties bij de prijs** inbegrepen zijn.

TEKST MART RIENSTRA FOTOGRAFIE HANS KOKX

Business Club faciliteiten

- Een parkeerkaart P-2
- Toegang tot de **Business Club Lounge** Fotobijschrift
- Deelname aan externe activiteiten
- Zakelijke bijeenkomsten Business Club (Happy Hour, Workshop Hour, Power Hour, Breakfast Hour, Meeting Lunch Hour, zakenmanifestatie)
- Vermelding in het digitale sponsorvademecum op www.degraafschap.nl
- Naamsvermelding op het sponsortableau in de **Business Club Lounge**
- Mogelijkheid tot aankoop van Seizoen ClubCards met korting (5%) voor het personeel (op vertoon van loonstrookje)
- Maandelijkse e-mailnieuwsbrief met Business nieuws
- Mogelijkheid tot aankoop van extra dagkaarten voor thuiswedstrijden

Meer informatie:

Betaald Voetbal De Graafschap B.V.

Afdeling Commercie

T. 0314 – 368 458

info@degraafschap.nl / www.degraafschap.nl



De koers van de nieuwe KvK

Successvol ondernemen

U bent als ondernemer gedreven om succesvol te ondernemen. Dat kunt u doen door nieuwe producten en diensten te ontwikkelen, andere markten aan te boren of naar het buitenland te gaan. Soms is het lastig om snel de juiste informatie of partners te vinden. Voor al die zaken en meer, zijn wij u graag van dienst. Om dit zo effectief mogelijk te doen, is vanaf 1 januari 2014 de nieuwe Kamer van Koophandel van start. Een landelijke organisatie waarin de Kamers van Koophandel en Syntens

Innovatiecentrum hun krachten bundelen. De nieuwe Kamer van Koophandel gaat werken vanuit de wensen en behoeften van de generatie ondernemers die snel toegang tot de juiste informatie verlangen, die sector- en grensoverschrijdend zakendoen en volop participeren in (online) netwerken.

In 2014 gaan wij daarom aan de slag met een veranderende dienstverlening en nieuwe manier van omgaan met onze klanten en stakeholders.

Voor ondernemers willen wij een moderne publieke dienstverlener zijn die haar data, kennis en adviesdiensten zoveel mogelijk online, plaats- en tijdonafhankelijk beschikbaar stelt. Hiermee stellen we ondernemers in staat om succesvol hun bedrijf te starten, hun diensten en producten te innoveren en hun groeiambities waar te maken in binnen- en buitenland.



5 regio's met ieder hun eigen regionaard



19 kantoren

Waar u terecht kunt voor zaken die om een persoonlijke afhandeling vragen.

3 landelijke thema's



2 landelijke sectoren



5 Regio's met ieder hun eigen regionaard





Aanpakken in de Achterhoek!

Op zoek naar een geschikte nieuwbouwlocatie voor uw bedrijf?

Het A18 Bedrijvenpark is de ideale plek voor bedrijven om ideeën tot ontwikkeling te brengen.

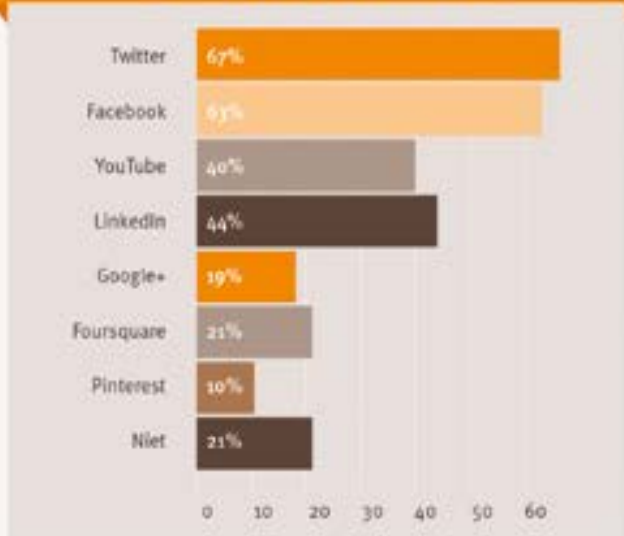
- Het A18 Bedrijvenpark ligt vlakbij de snelweg A18, waarbij niet alleen Nederland maar ook het hele Duitse achterland bediend kan worden. Als bedrijf ben je dus goed en snel bereikbaar.
- Het A18 Bedrijvenpark is gelegen in de Achterhoek, een regio met veel innovatieve bedrijven: na de regio Eindhoven worden in Nederland de meeste patenten verleend aan bedrijven binnen de regio Achterhoek. Als bedrijf bevind je je dus in goed gezelschap.
- Het A18 Bedrijvenpark ligt dicht bij topvoorzieningen. Op nationale schaal hebben we het dan over de beste schouwburg, het beste ROC, het beste ziekenhuis, de beste weekmarkt, een gezellige winkelstad met divers aanbod, een prachtige omgeving aan natuur en cultuurhistorie.
- Het A18 bedrijvenpark staat voor maatwerk. Samen zorgen we voor het juiste bedrijf op de juiste plek.
- Het A18 Bedrijvenpark is ten slotte een duurzaam park, waarbij met respect voor mens, milieu en omgeving gewerkt en geproduceerd wordt. Het A18 Bedrijvenpark is daarmee het gouden randje om menig visitekaartje.

Interesse in een kavel?

**Kijk op www.a18bedrijvenpark.nl , bel (0314) 377 377
of mail naar gemeente@doetinchem.nl**

ONLINE INTERACTIVITEIT OOST-GELDERSE BEDRIJVEN

Aanwezigheid online platformen



73%

Van de bedrijven past geen cross-mediale promotie toe.



27%

Doet dit wel d.m.v. Facebook en Twitter

Bestaat bij bedrijven de mogelijkheid tot aanmelden voor een nieuwsbrief?



Ja 29% nee 71%



76%

Van de bedrijven biedt de mogelijkheid om een contactformulier in te vullen.



56%

Reageert binnen één werkdag op het contactformulier.



19%

Reageert niet op het contactformulier.

Een wereld te winnen t.a.v. interactiviteit online marketing Oost-Gelderse bedrijven

DOETINCHEM: WPG Research heeft, in opdracht van full-service internetbureau a&m impact uit Doetinchem, een onderzoek uitgevoerd naar de (inter)activiteit van Oost-Gelderse bedrijven op social media en overige online marketingtools. Hoewel een groot deel van de bedrijven in Oost-Gelderland haar weg inmiddels heeft gevonden naar de verschillende social media platforms, wijst het onderzoek uit dat zij met name op een eenzijdige wijze communiceren met hun klanten. Hierdoor lijkt de Oost-Gelderse ondernemer haar online marketingtools onvoldoende in te zetten voor online interactie met haar klanten.

Uit het onderzoek blijkt dat acht van de tien onderzochte bedrijven gebruik maakt van minimaal één platform (79%). Twitter en Facebook blijken de meest populaire online platforms; 67% van de bedrijven heeft een Twitter-account en 63% van de bedrijven is actief op Facebook. Daarmee kan echter niet worden geclaimd dat deze gebruikers ook (inter)actief zijn. Van de onderzochte bedrijven die toenadering hebben gezocht tot social media, blijkt een groot deel in zeer lage mate (minder dan één keer per maand) berichten te posten. Daarnaast blijkt dat 92% van de Facebook-berichten en 88% van de Tweets is er amper tot geen sprake van wederzijdse communicatie. De bedrijven die actief zijn op LinkedIn (44%) gebruiken dit medium strikt voor kennisoverdracht. Hierbij is helemaal geen sprake van wederzijdse communicatie.

‘Interactiviteit’ van de bedrijven wordt dan ook voornamelijk gerealiseerd door het gebruik van contactformulieren, 76% van de bedrijven biedt de mogelijkheid aan om een contactformulier in te vullen. Van deze organisaties reageert meer dan de helft van de onderzochte bedrijven (56%) binnen één werkdag op een contactformulier. Omdat een contactformulier nadrukkelijk wordt aangeboden als aanvraag voor communicatie, is het opvallend dat bij 19% van de aanvragen geen reactie van de desbetreffende bedrijven is ontvangen.

Tom Dellepoort van a&m impact: “Dit zijn opvallende resultaten. Enerzijds zijn wij als internetbureau verheugd te zien dat bedrijven uit deze regio hun weg naar online marketingtools beter blijken te vinden. Anderzijds lijken de bedrijven nog te zoeken naar de juiste wijze van omgang met social media en andere online marketingkanalen. Deze kanalen bieden namelijk een legio aan mogelijkheden die momenteel door veel bedrijven niet optimaal worden benut. Daar is een wereld te winnen.”

Over WPG Research

Sinds jaar en dag voorziet marktonderzoeksbureau WPG Research met veel passie en enthousiasme in de vraag naar marktonderzoek. Vanuit het hart van de Achterhoek in Doetinchem voert de organisatie regelmatig onderzoek uit naar (het gebruik van) social media, zowel in de Achterhoek als daarbuiten. Daarnaast publiceerde de organisatie afgelopen zomer een lijst met de 40 beste social media bedrijven. Deze (jaarlijkse) prijs ‘Beste Social Media Bedrijf van de Achterhoek’ werd gewonnen door Kleertjes.com.



HEILBRON, BEGRIJPELIJK & ONTZORGEND

"De risicoscore van uw risicoprofiel is incongruent met de risicoscore van uw beleggingen, raadpleeg uw bescheiden." Zomaar een daadwerkelijk voorbeeld van het alledaags taalgebruik binnen de financiële wereld. Maar niet als het aan Heilbron ligt. Hoewel het Doetinchemse bedrijf al sinds 1932 bestaat, communiceert en opereert het frisse team helemaal anno nú: begrijpelijk en ontzorgend!

Heilbron stelt zich op als partner die ondernemers ontzorgt op het gebied van financiële dienstverlening en risicomanagement. Iemand die graag de kleine lettertjes voor u leest en nét even een stapje verder gaat. Wanneer het complex wordt, beginnen ze het bij Heilbron leuk te vinden! Ze duiken graag diep in de ontwikkelingen binnen diverse branches. Want een financieel advies in de bouwwereld ziet er heel anders uit dan een advies aan een winkelier.

Zéker weten, zéker leven

Heilbron begrijpt dat u niet constant op de hoogte kunt zijn van alle ontwikkelingen en veranderingen op het gebied van pensioenen, hypotheek en verzekeringen. Laat staan dat u alle kleine lettertjes leest. Daarom doet Heilbron dat graag voor u. De betrokken medewerkers zorgen ervoor dat het plaatje klopt en dragen daarvoor de verantwoording. Door te doen wat ze zeggen en in begrijpelijke taal te zeggen wat ze doen.

Heilbron geeft u bijblijfgarantie. Dat betekent dat haar medewerkers anticiperen en zelf contact met u zoeken. Om alles even op een rijtje te zetten en door te spreken, maar ook wanneer er ontwikkelingen gaande zijn die gevolgen kunnen hebben voor u als klant. U weet daardoor zéker dat u op de hoogte blijft van alle essentiële dingen, maar kunt zich verder bezighouden met voor u belangrijkere zaken.

Zéker weten, zéker ondernemen.

- Pensioenen
- Ondernemersrisico's
- Werkgeversrisico's



Heilbron VOF

Edisonstraat 92
7006 RE Doetinchem
Postbus 99
7000 AB Doetinchem
t (0314) 37 32 60
f (0314) 37 32 70
e info@heilbron.nl
www.heilbron.nl



HEILBRON

Anno 1932

zéker weten, zéker leven.

Doetinchem: A18 Bedrijvenpark

Een centrale ligging, representatieve kavels op maat, aandacht voor duurzaamheid en natuur om de hoek. Een aantal belangrijke ingrediënten voor de ideale bedrijfslocatie. En aanwezig op het A18 Bedrijvenpark.



Dit regionale bedrijventerrein ligt in het westen van de Achterhoek in de gemeente Doetinchem. Pal aan de A18 en de N815 en dicht bij de A12 en de Duitse A3. De gemeenten Bronckhorst, Doetinchem, Montferland en Oude IJsselstreek werken hierin samen.

Het bedrijvenpark, dat bijna 90 hectare telt, biedt ruimte aan allerlei typen bedrijven. Als ondernemer vindt u hier kavels op maat. Toch zijn het niet deze getallen of kenmerken die het unieke karakter van het nieuwe bedrijventerrein in de Achterhoek bepalen. Het unieke van het A18 Bedrijvenpark zit veel meer in het thema 'duurzaam'. Duurzaam bouwen en ondernemen is in opkomst. Het A18 bedrijvenpark wordt dan ook zo ontwikkeld, dat de effecten van bedrijfsvoering zo minimaal mogelijk zijn voor milieu en natuur. Verder kunnen ondernemers nu al rekenen op professioneel advies. Bijvoorbeeld over duurzaam ondernemen en bouwen of over de groenaankleding van de kavel. Deze advisering kost de ondernemer met belangstelling voor het A18 Bedrijvenpark niets. Bij

de ontwikkeling van het bedrijvenpark staat duurzaamheid dus voorop. Met de juiste balans tussen economische, sociale en ecologische belangen. Een hoog kwaliteitsniveau wordt gegarandeerd met parkmanagement.

Bedrijf Rabelink Logistics wil naar A18 Bedrijvenpark

Het transport- en logistieke bedrijf Rabelink Logistics BV uit Doetinchem heeft te kennen gegeven dat zij willen uitbreiden. Het A18 Bedrijvenpark is bij de zoektocht naar een nieuwe locatie hiervoor als meest geschikt uit de bus gekomen. In verband hiermee lopen er besprekingen met de gemeente Doetinchem en het bedrijf over de financiële aspecten en de ruimtelijke inpassing van het toekomstige pand op het nieuwe bedrijventerrein.

Rabelink Logistics ziet het A18 Bedrijvenpark als de locatie waar het bedrijf haar plannen kan verwezenlijken. Beide partijen verwachten dat zij eind dit jaar een handtekening onder een koopcontract kunnen zetten over de afname van 2,3

hectare. "Ik ben blij dat een Doetinchems bedrijf de stap zet naar het A18 Bedrijvenpark en daarmee kiest voor groei en toekomst op dit bedrijventerrein van de West-Achterhoek", aldus wethouder Steven Kroon.

Zomer 2014

Na de zomer van 2014 wil Rabelink Logistics haar nieuwe vestiging operationeel hebben. Na een succesvolle afronding van de onderhandelingen en het tekenen van het koopcontract zal Rabelink zich voegen bij eerder gevestigde bedrijven ESBRO en Autoservice Evers. Rabelink Logistics is in 1930 opgericht. Ruim tachtig jaar later is het bedrijf een logistiek dienstverlener van formaat. Sinds 2005 is Rabelink Logistics onderdeel van de Huettemann Group. Momenteel heeft Rabelink Logistics 260 mensen in dienst. ■

Interesse in een kavel? Kijk voor meer informatie op www.a18bedrijvenpark.nl of neem contact op met Team Economie van de gemeente Doetinchem, telefoon: 0314-377377.

DRAN Administraties

Nieuw administratiekantoor in de Achterhoek!

DRAN Administraties is een nieuw administratiekantoor gevestigd te Doetinchem dat zich specifiek richt op de MKB ondernemer in de Achterhoek.

Graag ontmoeten wij u voor een nadere kennismaking!

kijk op www.dranadministraties.nl

Tesoro
eten & drinken

Kom genieten bij Tesoro
eten & drinken



*Een vleugje Italië
gewoon in Doetinchem*

www.tesoroetenendrinken.nl

fatimazorg
gewoon verder



Heeft uw auto een kras, deuk of andere schade opgelopen? Onze goed opgeleide en ervaren medewerkers repareren elke autoschade vakkundig. We maken gebruik van de **nieuwste technieken**, originele merkonderdelen en **A-merk lakken**. Bovendien helpen we u met passend vervangend vervoer altijd **snel weer op weg**. Van schadereparatie tot en met de afwikkeling met uw verzekeraar of leasemaatschappij: **wij regelen het voor u**.

ASG

AUTOSCHADE GELDERLAND

Doetinchem:

Edisonstraat 35
7006 RA Doetinchem
Tel: 0314 - 34 10 30

Spankeren:

Van Renselaerweg 6
6956 AV Spankeren
Tel: 0313 - 41 37 88

Lichtenvoorde:

Mercatorstraat 38
7131 PX Lichtenvoorde
Tel: 0544 - 39 00 10

Zutphen:

De Stoven 7
7206 AZ Zutphen
Tel: 0575 - 52 50 31

WWW.AUTOSCHADEGELDERLAND.NL



Al 8 keer de beste zakelijke verzekeraar van Nederland

We zijn er. Altijd. Zeker voor de ondernemer.

Zekerheid gaat verder dan alleen een goede verzekering. Daarom staan onze adviseurs altijd voor u klaar, in één van onze 150 winkels, online of per telefoon. Maak nu een afspraak en ervaar zelf waarom we al 8 keer tot de beste zakelijke verzekeraar van Nederland zijn uitgeroepen.



OOST-GELDERLAND

BUSINESS®



Check de Oost-Gelderland.nl E-Paper app voor je tablet en smartphone op www.oostgelderlandbusiness.nl