



OOST-GELDERLAND

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE | JAARGANG 11 | NUMMER 3 | JULI 2014

# BUSINESS®



Communicatiebureau Frappant

Nieuw sinds 1974

Forum Fusies & Overnames

'Bedrijfsbeëindiging moet je ruim van tevoren voorbereiden'

Green & Funtestdag

Een mooie toer door de Achterhoek

Nationaal

Rampondernemer Frank Krake:  
'Zorg altijd voor een plan B'



# Zichtbaar in uw regio

OOST-GELDERLAND  
**BUSINESS**

**BOB** *Business Ontmoet Business*



## Uw vakinformatie altijd binnen handbereik

### Vakinformatie 24 uur per dag

- 6 keer per jaar vakinformatie in het regionale zakenmagazine Oost-Gelderland Business
- 12 keer per jaar extra nieuws via de digitale nieuwsbrief
- Actueel nieuws en informatie op [www.oost gelderlandlandbusiness.nl](http://www.oost gelderlandlandbusiness.nl)

### Adverteren?

- All-in pakket: u ontvangt voor één prijs altijd een advertentie in Oost-Gelderland Business, gekoppeld aan een persbericht / bedrijfsprofiel op onze website
- Interesse? Stuur een email naar onze accountmanager: [joep@vanmunstermedia.nl](mailto:joep@vanmunstermedia.nl)

### Word nu ook lid van **BusinessontmoetBusiness**

BusinessontmoetBusiness is een zakelijk communicatie- en netwerkplatform voor het bedrijfsleven in uw regio

- U wordt als bedrijf lid van BoB, dit houdt in dat u zichzelf, plus maximaal 3 collega's, altijd kunt inschrijven voor een bijeenkomst
- 12 keer per jaar ontvangt u onze nieuwsbrief
- U ontvangt zes keer per jaar het regionale zakenmagazine Oost-Gelderland Business
- Als BoB-lid kunt u kosteloos een bedrijfsprofiel aanmaken op onze website
- Tenminste vier keer per jaar een Business Borrel
- Welkomst drankje en buffet/walking diner zijn inbegrepen
- BoB leden worden voor alle evenementen van Oost-Gelderland Business uitgenodigd
- Inschrijving kan via de website of mail [danny@vanmunstermedia.nl](mailto:danny@vanmunstermedia.nl)

Een lidmaatschap kost per jaar 250 euro exclusief btw

**Oost-Gelderland Business: het best gelezen magazine!**

# VOORWOORD



## Weer niet!

*Wat waren we er weer dichtbij! Maar in tegenstelling tot vier jaar geleden in Zuid-Afrika sneuvelden we nu één ronde voor de finale. Toegegeven, ook ik gaf vooraf geen stuiver voor het Nederlands Elftal. In de verschillende voetbalpoules die ik heb ingevuld, kwam Oranje niet verder dan de achtste finales. Dus bij elke overwinning nam de hoop toe. Het mocht echter niet baten. In de kwartfinale werd de tactiek van Louis van Gaal al bijna ontmanteld door Jorge Luis Pinto, de bondscoach van Costa Rica. Maar in Alejandro Sabella, de keuzeheer van Argentinië, moest Van Gaal echt zijn meerdere kennen.*

*Achteraf gezien kunnen we alleen maar trots zijn op deze prestatie. Later dit jaar zal Guus Hiddink het stokje van Van Gaal overnemen en kunnen we ons zo langzamerhand gaan opmaken voor het EK in de zomer van 2016 in Frankrijk. Het grote voordeel hiervan is dat er geen tijdsverschil is. Want zeg nu zelf, je zult af en toe best iets te laat naar bed zijn gegaan. Ik in ieder geval wel.*

*En als je dan in deadline zit, is dat achteraf altijd een slecht idee.*

*Over slechte ideeën gesproken. Op het moment van schrijven, moet ik er nog aan beginnen, maar ik ga voor het eerst de Nijmeegse Vierdaagse lopen. Als kind van de stad ben ik natuurlijk bekend met het fenomeen en ja, het is wel eens in me opgekomen om er ooit eens aan mee te doen. Maar ineens is het zover: ik ben ingeloot. Ik moet er aan geloven. Vier keer 50 kilometer! Da's een eind hoor. Maar net zoals het Nederlands Elftal ga ik voor het hoogst haalbare: de Vierdaagse uitlopen.*

*Wordt ongetwijfeld nog vervolgd...*

*Met vriendelijke groeten,*

*Lars van Bergen  
Hoofdredacteur Oost-Gelderland Business  
lars@vanmunstermedia.nl*



Zakenmagazine voor  
de regio Oost-Gelderland  
[www.oostgelderlandbusiness.nl](http://www.oostgelderlandbusiness.nl)

JAARGANG 11  
juli 2014, editie 3

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

UITGEVER  
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE  
Lars van Bergen

EINDREDACTIE  
Lars van Bergen

REDACTIE BIJDRAGEN  
Hans Hajée, Sofie Fest, Jessica Scheffer

VORMGEVING / OPMAAK  
Jan-Willem Bouwman, Jasper Heijmans

FOTOGRAFIE  
Lars van Bergen,  
Karim de Groot

DRUK  
Printerface

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

ABONNEMENTEN  
Abonnementen kunnen op elk gewenst  
tijdstip ingaan met en looptijd tot 31  
december en worden automatisch ver-  
lengd tenzij de abonnee uiterlijk voor  
31 oktober schriftelijk opzegt.  
Abonnementsprijs per jaar 39 euro  
(incl. 2 vermeldingen op  
[www.oostgelderlandbusiness.nl](http://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 even-  
tuele onjuistheden en/of onvolledig-  
heid van de verstrekte 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](mailto:ub@wxs.nl)  
I [www.business-nationaal.nl](http://www.business-nationaal.nl)  
EINDREDACTIE: Hans Hajée  
REDACTIEMEDEWERKERS:  
William ten Brink, Arie Craanen,  
Paul de Gram, Cees Louwers,  
Mart Rienstra, Tony Vos  
ADVERTENTIE-EXPLOITATIE  
T 030-2512818 E [ub@wxs.nl](mailto:ub@wxs.nl)  
VORMGEVING bpMedia + Design

- 6 Communicatiebureau Frappant maakt al 40 jaar merken sterker
- 8 Forum Fusies & Overnames:  
'Bedrijfsbeëindiging moet je ruim van tevoren voorbereiden'
- 13 De Stelling
- 14 Social Business: samen voor mee succes
- 16 Buit de familiefactor uit
- 18 Groeien als werknemer en als bedrijf
- 20 Toplocatiess
- 23 Businessflitsen
- 24 Eerste hulp bij gezonde werknemers
- 26 Column Robert Lagendijk

## NATIONAAL



### I De lessen van ramponderner Frank Krake

'Zorg altijd voor een plan B'



### VI Lotte de Bruijn spin in het ICT-web

'Oplossen mismatch arbeidsmarkt grootste uitdaging'



### XII Kansen en bedreigingen voor zorgondernemers

'De tablet is echt een maatje geworden'

- 27 Column Heilbron
- 29 MKB ondernemer neemt onbewust risico met eigen automatisering
- 30 Bedrijfsoverdracht cruciaal voor behoud werkgelegenheid en kapitaal
- 33 Column Werkvriend.nl
- 34 Globe Security: familiebedrijf én MKB'er in de Achterhoek
- 36 Qtopia: kennis is een krachtig wapen
- 38 Column Lodder

## Green & Funtestdag

- 40 Algemene impressie
- 45 Testverslagen



De naam Frappant doet in Oost-Gelderland bij velen wel een belletje rinkelen. Niet zo verwonderlijk; het communicatiebureau uit Aalten bestaat dit jaar al vier decennia en is daarmee één van de langst opererende reclamebureaus van Oost-Nederland.



'In principe is alles natuurlijk te verkopen. Alleen voor welke prijs? Dus ja, alles is te verkopen, want ook uit een faillissement wordt regelmatig nog doorgestart.



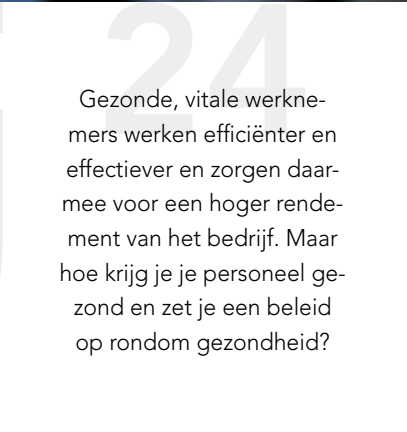
'Social business is het creëren van waarde door mensen te verbinden met social tools.



Stichting Nederlands Centrum voor het Familiebedrijf (NCFB) verricht onderzoek en verzamelt kennis over aspecten die binnen familiebedrijven spelen met als doel om familiebedrijven zich bewust te laten worden van hun unieke positie.



Het nieuwe trainingsconcept Groeikracht20 van DOC Opleiding & Training in Doetinchem biedt u de gelegenheid uw medewerkers een groei-boost te geven in hun persoonlijke vaardigheden.



Gezonde, vitale werknemers werken efficiënter en effectiever en zorgen daarmee voor een hoger rendement van het bedrijf. Maar hoe krijg je je personeel gezond en zet je een beleid op rondom gezondheid?



Het is alweer 12,5 jaar geleden wanneer Bennie Roozegaarde aan de keukentafel zijn bedrijf Globe Security opricht. Samen met zijn dochters houden zij kantoor Zelhem.

# Communicatiebureau Frappant maakt al 40 jaar merken sterker

FOTOGRAAF COVER JEROEN DIETZ

De naam Frappant doet in Oost-Gelderland bij velen wel een belletje rinkelen. Niet zo verwonderlijk; het communicatiebureau uit Aalten bestaat dit jaar al vier decennia en is daarmee één van de langst opererende reclamebureaus van Oost-Nederland. “40 jaar oud, maar zéker niet van gisteren” zoals eigenaar Dennis Hoftijzer het zegt.



Frappant is in de Achterhoek onder meer bekend vanwege het spraakmakende onderzoek; een voormalig zwembad. “Een heerlijke plek om te werken en een inspirerende ruimte om relaties te ontvangen.” aldus Dennis. “Maar laten we eerlijk zijn, het draait niet om ons pand, het gaat om wat we doen, om wat we willen en kunnen betekenen voor onze opdrachtgevers. En dat is gelukkig veel!”

## Merkversterkers

Onder meer op de website van Frappant prijkt met grote letters ‘Frappant maakt merken sterker’. Wat betekent dat concreet? Dennis: “We stonden jaren geleden voor een keuze: gaan we mee in de beweging waarin alles online lijkt te worden? Worden we daarmee een internetbureau? We werken voor uiteenlopende opdrachtgevers, van maakindustrie tot zorg en van retail tot dienstverlening, dus we keken waar deze

ambitieuze bedrijven nu écht behoefte aan hebben. En als je dan even verder kijkt zit ‘m dat niet alleen in een nieuwe site of het inrichten van een zakelijke Facebookpagina. Waar een bedrijf écht behoefte aan heeft is een duidelijke en onderscheidende positionering. Een plek in hoofd en hart van je potentiële én bestaande klanten. En dat gaat wat verder dan een opgefriste huisstijl.”

Dennis: “We zeggen wel eens: als je sterker wilt worden, moet je weten waar je krachten liggen. Daar helpen we organisaties bij. Met een door onszelf ontwikkeld 8-stappenplan komen we samen tot de kern van de onderneming: de belofte die het aan de markt doet. En dat is wat ons betreft het startpunt voor je communicatie. Hoe klein of groot je als bedrijf ook bent, zie jezelf als merk en neem dat merk heel serieus.”

## Van propositie naar strategie

De merkbefolte dus. En dan? “Dan heb je een fundament waarop je kunt bouwen. Onze communicatie-adviseurs ontwikkelen in nauwe samenwerking met de opdrachtgever een strategie om de propositie van het bedrijf tussen de oren van de doelgroep te krijgen. Hoe helpen we met marketing en communicatie bedrijfsdoelstellingen realiseren? Hoe oriënteert de doelgroep zich? Vooral op strategisch vlak is er veel veranderd de afgelopen jaren. Je kon ‘een pakketje schroot met een dun laagje chroom’ verkopen - en daar kwam je nog mee weg ook. Nu is authenticiteit de norm. Echt zijn, waarmaken wat je belooft. Want internetters en social media zijn genadeloos: ‘prutsers’ worden openlijk aan de schandpaal genageld.” Maar is dat niet meer bedrijfsvoering dan communicatie? “Jazeker, maar die scheidslijn is dun. We kunnen als



Frappant alleen succesvol werk maken als het verhaal erachter klopt. Dus helpen we onze klanten graag om dit scherp te krijgen. In ons strategisch advies geven we aan hoe we de potentiële klant optimaal denken te bereiken - of beter: hoe deze de opdrachtgever zélf gaat bereiken, want daar draait het feitelijk om."

### Creativiteit

Gaat het niet nog steeds om een steengoed idee, Dennis? "Dat is zéker. Met creativiteit creëer je opvalwaarde, stopkracht. Daarin staat het idee trouwens niet alléén; doordachte vormgeving helpt daar ook sterk aan mee. Een merk bouw je met een goed verhaal, waaraan een stevige strategie ten grondslag ligt, maar ook met een eigen, consistent gezicht. Onze conceptontwikkelaars en ontwerpers weten iedere keer weer te verrassen met iets nieuws. We hebben al tientallen, zo niet honderden organisaties in Oost-Nederland een gezicht gegeven. Met naam- en huisstijlontwikkeling,

maar ook met het adviseren, creëren en realiseren van de volledige communicatie. Dan benut je onze kennis echt optimaal!"

### De kracht van inhoud

En hoe borg je dan dat het verhaal eenduidig en goed blijft? "Goed punt. Ongeacht welk middel of kanaal je inzet, het gaat altijd om relevante content, goede inhoud dus. Je presentatie kan er nóg zo professioneel uitzien, als de inhoud niet deugt, haken de ontvangers af. Meteen. Daar ligt dus ook een cruciale rol in het communicatieproces. We helpen opdrachtgevers bij het bepalen van de juiste strategie en ontwikkelen van relevante content op basis van de merkstrategie. Wanneer er bij de opdrachtgever geen capaciteit is voor het onderhouden van de communicatiekanalen, dan kunnen we hierin ondersteunen op periodiek basis. Ontzorging, om dat woord maar eens te gebruiken."

### Jubileum

Frappant werd opgericht in 1974, een jubileum dus dit jaar! Wat betekent dat voor jullie? "We mogen dan al wel 40 jaar bestaan, we zijn niet van gisteren" lacht Dennis. "We hebben ons de afgelopen jaren telkens weer de vraag gesteld: waar zit onze toegevoegde waarde morgen? Het communicatievak verandert razendsnel, en voor je het weet werk je met de kennis van vorige week. Het zit in onze genen om telkens weer nieuwe dingen te onderzoeken en eruit te pikken wat goed is, zónder uit het oog te verliezen wat werkt. Zo blijven we bij de tijd. Daarom ons jubileumthema: Frappant. Nieuw sinds 1974." ■

Meer weten over Frappant?  
Kijk op [www.frappant.com](http://www.frappant.com) of volg Frappant via  
Facebook en Twitter: [ditsfrappant](#)

## Forum Fusies &amp; Overnames

## 'Bedrijfsbeëindiging moet je ruim van tevoren voorbereiden'

Iedere zelfstandig ondernemer krijgt er ooit mee te maken: een bedrijfsovername of de fusie van zijn of haar bedrijf. Wanneer het bedrijf overgedragen wordt of gaat fuseren komt daar veel bij kijken. Veel ondernemers bedenken pas laat wat ze willen en hoe de bedrijfsovername of fusie eruit moet zien. Welke dingen moet een ondernemer weten over een bedrijfsovername of een fusie?

Oost-Gelderland Business nodigde een zestal professionals uit in Hotel Carpe Diem in Vethuizen om mee te praten over dit onderwerp. Aan tafel zitten Marjolein van Leeuwen van JPR Advocaten uit Doetinchem, Pieter Gerrits van Gerrits Makelaardij uit Hengelo, Robert van den Anker van Kroese Wevers Accountants uit Doetinchem, Hans Goorhuis van Taurus Corporate Finance uit Eibergen, Erik Oostrik van Hobbelinek & Buitink Notarissen uit Winterswijk en John van Dijk van Thoma Bedrijfsmakelaars uit Doetinchem.

**Welke trends zijn er te bespeuren op de fusie- en overnamemarkt? Gaan bedrijven bijvoorbeeld op zoek naar alternatieven bij gebrek aan hulp van de traditionele (financiële) instanties?**

Hans Goorhuis: "Het is een persoonlijke stelling van mij dat de rechterkant van de balans gaat veranderen. Vroeger had je een eigen vermogen en dat was met 20 tot 25 % voldoende en de rest werd ingevuld door crediteuren en vooral door de bank. En zo ook met fusies en overnames. Je kon een hoge leverage financieren en banken stonden in de rij om dat te doen. 10 jaar geleden was deze markt ontzettend hot en werd er enorm gecon-

curreerd om dit soort deals te sluiten. Ik vind dat dit aanmerkelijk versoberd is. Zeker de laatste jaren zie je dat banken naar lagere leverage niveaus gaan. Ik denk wel dat een dergelijke correctie gezond is. Maar het zorgt tegelijkertijd ook voor grotere problemen in de financierbaarheid van overnames. De koper zal een hoger eigen vermogen in moeten brengen om de financiering voor elkaar te

## Aan tafel:

Marjolein van Leeuwen, JPR Advocaten  
Pieter Gerrits, Gerrits Makelaardij  
Robert van den Anker, Kroese Wevers  
Accountants  
Hans Goorhuis, Taurus Corporate Finance  
Erik Oostrik, Hobbelinek & Buitink Notarissen  
Mediators en Estateplanners  
John van Dijk, Thoma Bedrijfsmakelaars

alles natuurlijk te verkopen. Alleen voor welke prijs? Dus ja, alles is te verkopen, want ook uit een faillissement wordt regelmatig nog doorgestart. Maar als je het hebt over een reële prijs die een ondernemer graag zou willen ontvangen, dan wordt het een ander verhaal. Banken worden steeds kritischer met financieren. De leverage die je in het verleden had voor een overnamefinanciering wordt nu

Gelukkig zijn er alternatieve kanalen voorhanden om de terughoudende rol van banken op te vangen. Maar je moet dan wel met een goed verhaal komen.

krijgen. Gelukkig zijn er alternatieve kanalen voorhanden om de terughoudende rol van banken op te vangen. Maar je moet dan wel met een goed verhaal komen."

John van Dijk: "Zijn op dit moment alle bedrijven te verkopen?"

Goorhuis: "Nee, niet alle bedrijven zijn te verkopen. Er moet een reëel perspectief op toekomstig rendement zijn."

Robert van den Anker: "In principe is

beperkt omdat de onderneming zelf gefinancierd moet worden, waarbij vastgoed steeds minder waarde heeft. In de ondernemingsfinanciering zit het soms al knel en dan wordt een overnamefinanciering er overheen nog wat lastiger."

Van Dijk: "Ik merk ook dat banken in principe 'nee' zeggen, dat je in eerste instantie alleen nog maar bij je 'huisbank' terecht kunt en dat concurrentie niet bestaat. Banken willen risicoverminde-





ring. En de directie is daar dus bepalend in, die kunnen zeggen welke branche ze wel of niet willen financieren.”

Goorhuis: “Nou, ik denk dat een directie daar niet zoveel over te zeggen heeft. Het is de regelgeving die banken dwingt daar voorzichtig mee om te gaan. En die hele vastgoed-bubbel zie je ook in de overnamepraktijk. Het vastgoed probeer je zoveel mogelijk uit de deal te halen en dat werkt soms belemmerend.”

Van Dijk: “Vastgoed is eerder een probleem dan een onderdeel van de oplossing. Het geeft niet meer de zekerheid die het vroeger gaf waarmee je het hele verhaal kon onderbouwen.”

Erik Oostrik: “Hans zei eerder dat je naar alternatieven moet zoeken, laat bijvoorbeeld de panden maar zitten bij de oud-eigenaar. Alleen die oud-eigenaar heeft dan ook weer een probleem, want als er

nog een financiering loopt, kan de bank vervelend doen. Bij een dergelijke oplossing gelden weer hele andere eisen.”

Van Dijk: “Banken zeggen op het moment dat het een eigenaar/gebruiker-situatie is, dan zou je ook nog nieuwe vastgoed kunnen kopen. Maar op het moment dat het vanuit een constructie verhuurd wordt, komt het op een hele andere afdeling.”

Goorhuis: “En dan gaat het commercieel vastgoed heten en dat wil geen enkele bank meer financieren.”

Oostrik: “Wij hadden onlangs nog in het kader van een bedrijfsovername. Heel eenvoudig: een medische eenmanszaak met een gefinancierd eigen pand. Alles verliep vlekkeloos, totdat de bank erachter kwam dat een gedeelte verhuurd was aan een ander bedrijf. Omdat het extern verhuurd werd, wilde de bank niet meer financieren. Onze klant moest de huurder

er dus uitwerken, met alle financiële gevolgen van dien.”

Van Dijk: “Minder is meer dan. En zoiets werkt natuurlijk contraproductief.”

Goorhuis: “Ik probeer huurcontracten altijd op te rekken in tijd. Dan heb je in ieder geval de situatie dat er huurinkomsten zijn. En meteen langdurig huurcontract en een solide huur achter de hand, heb je en beter verhaal richting bank.”

Pieter Gerrits: “De trend in z'n algemeenheid is toch dat de waardering op allerlei niveaus naar beneden gaat. En dat komt met name omdat de financierbaarheid slecht is. Dat is voor mijn gevoel wel een belangrijke trend.”

Goorhuis: “Voor vastgoed ben ik het met je eens, voor de waardering van bedrijven geldt dit minder. Soms heeft een ondernemer echter wel een té optimistisch beeld.”

Oostrik: “In het MKB zie je wel veel ▲



dat vastgoed een onderdeel van het bedrijfsvermogen is. En dan heb je als ondernemer best wel een probleem.”

Goorhuis: “In de traditionele middenstand is dat een heel groot probleem. Bijna dramatisch. Het is heel sneu dat mensen een winkelpand hebben in een dorpskern of in de binnenstad en dat het pensioen in die winkel zit. Maar niemand wil een dergelijk winkelpand meer kopen. En dan kun je geen kant meer op. Dat vind ik echt trieste gevallen!”

Oostrik: “De ellende in zo'n geval is ook vaak dat het pand van generatie op generatie wordt doorgegeven. En zo'n pand staat dan voor niets in de boeken.”

Van Dijk: “En ze hebben ook geen kosten aan zo'n. Dat is vaak de reden dat ze het hoofd boven water houden.”

Gerrits: “Eigenlijk moet een bedrijf eerder overgezet worden naar een privé of een andere constructie.”

Van Dijk: “Bedrijfsbeëindiging moet je

minstens vijf jaar van tevoren voorbereiden. Als je pas begint als je er eigenlijk al vanaf wilt, ben je gewoon te laat.”

Goorhuis: “Ondernemers hebben vaak een té optimistisch beeld van de waarde van hun bedrijf. Dat zal jouw ervaring ook wel zijn Robert?”

Van den Anker: “Het is niet zozeer dat ze de waarde van het bedrijf in hun hoofd hebben, maar meer hoeveel ze nodig hebben om verder te kunnen. En dat matcht niet altijd met elkaar.”

Goorhuis: “En dan kom je toch vaak tot de conclusie om alvorens je het traject van verkoop ingaat eerst te kijken naar wat het bedrijf ongeveer op zou kunnen brengen.”

Van den Anker: “Precies, zoiets moet je realistisch inschatten. Wat is de reële waarde, wat zou je kunnen realiseren bij de verkoop en wat is er mogelijk? En eigenlijk moet je op dat moment, afhankelijk van de onderneming, inspringen op de

financieringsvorm. Bij bepaalde ondernemingen weet je op dit moment gewoon dat je kunt verkopen voor X, als er maar Y in blijft zitten om het gefinancierd te krijgen. Want de banken gaan het niet doen. En er zit een verschil in de houding van banken naar het midden- en kleinbedrijf en het midden- en grootbedrijf. Want hoe groter het wordt, hoe makkelijker het gefinancierd kan worden.”

Goorhuis: “En banken zetten meer capaciteit in op grote bedrijven omdat er meer verdiend kan worden. En inderdaad, hoe kleiner het bedrijf, hoe moeilijker het te financieren is.”

Van Dijk: “Maar het is ook zo dat ze net zo druk met een kleine lening als met een grote lening. Terwijl het risico op een kleine lening per saldo groter is.”

Marjolein van Leeuwen: “Daarom is het ook zo mooi om te zien dat er nu allerlei initiatieven worden ontwikkeld zoals bijvoorbeeld het Naoberkrediet. Dat er door



private partijen wordt geparticipeerd in bedrijven, dat private partijen samenwerken om geld te kunnen lenen aan start-ups of het midden- en kleinbedrijf. En in veel gevallen kan dat een uitkomst bieden. Met name als je een bedrijf hebt waar echt toekomst in zit, maar je zelf nog over voldoende financiële middelen beschikt.”

***De huidige economische situatie geeft de (kleine) ondernemer geen andere keuze dan door te werken tot ver na de pensioengerechtigde leeftijd.***

Goorhuis: “Als je nu een architectenkantoor hebt en je wilt het verkopen op het moment dat je 60 bent, wordt dat, gezien de huidige vastgoedmarkt, erg lastig. Dat is nou eenmaal de nieuwe realiteit en dan ben je gedwongen door te werken. Maar dat is vooral in de bouw. Er zijn genoeg andere branches waar dit totaal niet aan de orde is. Kijk naar ICT-bedrijven; dan doe je het, bij wijze van spreken, slecht

als je binnen 3 jaar geen bod op je bedrijf hebt ontvangen.”

Van Dijk: “Dat is ook een beetje het verschil tussen de oude en de nieuwe economie. En ik denk ook dat banken op zo'n manier naar start-ups kijken. Als je geen internet-variant van je fysieke winkel

mensen met een eigen winkel. Ik zie het ook aan mijn gezin; wij bestellen best veel online.”

Oostrik: “Je ziet ook dat de jongere generatie er alweer heel anders mee omgaat.”

Goorhuis: “Er is wel een generatie winkeliers waar dit echt voor geldt. Die gaan

## De omloopsnelheid van ondernemingen is veel hoger met de nieuwe economie.

hebt, wat moet je dan nog in een winkelstraat. Je moet beide markten bestormen.”

Oostrik: “De omloopsnelheid van ondernemingen is veel hoger met de nieuwe economie.”

Van Dijk: “En dan is het natuurlijk de vraag wat zoiets waard is voor oudere

gewoon door en hebben geen alternatief. Maar gelukkig zijn er ook genoeg ondernemers die hun bedrijf wél kunnen verkopen.”

Lars van Bergen: “Dat zijn die ICT-bedrijven waar je het eerder over had?”

Goorhuis: “Ja, maar ook ▲



#### Tips & trucs

Robert van den Anker:

- Zorg dat je de juiste mensen om je heen verzamelt; zowel externen als eigen mensen. Het juiste team is bepalend voor het uiteindelijke succes van een overname of verkoop.
- Veel overnames mislukken door een gebrek aan aandacht na de overname integratie en cultuur-aspecten. Ontwikkelen van een plan van aanpak hiervoor voor de overname draagt bij aan het succes na een overname.

Erik Oostrik:

- Schakel bij een bedrijfsoverdracht een onafhankelijke accountant in.
  - Wijs tijdig kundige vervangers aan voor een situatie van wilsonbekwaamheid.
- Hans Goorhuis:
- Begin op tijd met nadenken over je opvolging. Blijft het bedrijf in de familie of verkoop je het aan een derde?
  - Geef jezelf 5 jaar de tijd om je bedrijf verkoopklaar te maken.

Pieter Gerrits:

- Schakel op tijd een deskundige in en schakel op tijd je emoties uit.
- Marjolein van Leeuwen:
- Zorg ervoor dat de bedrijfsvoering altijd geoptimaliseerd is, zodat het bedrijf op elk moment verkoopklaar is.
  - Treed niet pas met adviseurs in contact op het moment dat het besluit tot verkoop is genomen, want dan kan het te laat zijn.

metaalbedrijven, machinefabrieken, assemblage.”

Van Leeuwen: “Eigenlijk alles waar innovatie in zit.”

Oostrik: “En de maakindustrie, waar gewoon altijd vraag naar specifieke producten is.”

Goorhuis: “Of bedrijven die direct of als toeleverancier produceren voor buitenlandse afnemers. Daar zie je, met name hier in de Achterhoek, hele mooie bedrijven.”

Van Dijk: “En de medische hoek.”

Oostrik: “Hoe lang verwacht je dat dat nog doorgaat in de medische hoek?”

Van Dijk: “De banken zijn al gestopt met het financieren ervan. Dus ergens is het het begin van het einde.”

Oostrik: “Dat houdt gewoon een keer op toch?”

Gerrits: “Dan kun je beter zorgverzekeraar zijn.”

Van Leeuwen: “De medische hoek omvat toch ook veel innovatie. Juist omdat we in Nederland veel hebben ontwikkeld, zijn buitenlandse partijen weer geïnteresseerd in Nederland om hier producten op de markt te zetten. Dan zoeken ze er een Nederlandse partij bij en op die manier gaan ze een samenwerking aan.”

Van Dijk: “Wat ik jammer vind, is dat veel mooie bedrijven gekocht worden door buitenlandse ondernemingen.”

Goorhuis: “Waarom is dat jammer? Ik zie dat niet zo als een bedreiging. Nederlandse bedrijven zijn ook in de markt om buitenlandse ondernemingen te kopen”

Van Dijk: “Ik vind het jammer om te zien dat 2 tot 3 jaar later de hele productie naar Duitsland gaat, omdat Duitse bedrijven wel kunnen kopen. En als we dan toch onder dezelfde Europese wetgeving horen, dat vind ik het vreemd dat bijvoorbeeld Italiaanse bedrijven blijkbaar toch nog

kapitaal kunnen krijgen om te kopen.”

Van Leeuwen: “Als je specifiek naar de Achterhoek kijkt, dan geldt eigenlijk hetzelfde. Heel veel bedrijven in de maakindustrie hebben dochterondernemingen in het buitenland. En het is natuurlijk leuk om te zien dat daar waar er vanuit het buitenland interesse is voor Nederlandse bedrijven, het andersom óók zo is. En dat moet ook wel, want Nederland is ontzettend afhankelijk van export. Dat is een van de grote motoren achter de industrie in Nederland. Dus wat dat betreft is dat juist een goede ontwikkeling dat het met elkaar uitwisselt. Je moet het land ook aantrekkelijk houden voor buitenlandse partijen, zodat er vanuit het buitenland in ons land wordt geïnvesteerd.”

Oostrik: “Je zou alleen vanuit het werkgelegenheidsperspectief hopen dat áls er iets gemaakt wordt, dat dan in die vestiging hier wordt gemaakt.” ■

# De Stelling

## **Stelling: zorg moet mensenwerk blijven**

"De termen 'verdienmodel' en 'maatschappelijk rendement' hebben in de zorg ruim baan gekregen. Het managementmodel dat erbij past is 'lean': verspilling tegengaan, maximale waarde voor de klant. Resultaten voor het bedrijfsleven zijn zichtbaar in een verhoogde omzet, marge, groei. Voor de zorg geldt dat de productiviteit moet stijgen: meer klanten helpen met minder budget. Dat kan alleen wanneer we echt lean mogen zijn en tijd krijgen om te veranderen. Minder regels, minder bureaucratie en meer vertrouwen dat zorg mensenwerk is en ook moet blijven!"

Liedy Vennegoor  
Raad van Bestuur van zorgorganisatie Careaz



## **Stelling: De elektrische vrachtwagen heeft een enorm marktpotentieel, omdat het rendement van de investering groot is.**

"Verduurzaming van transport vinden we belangrijk bij Rotra. Duurzaam ondernemen belijden we niet alleen met de mond, we doen het ook echt: 'walk the way you talk'. Met onder meer de inzet van trekkers op (milieuvriendelijker) LNG, de aanleg van een eigen loswal voor containeroverslag bij onze vestiging in Doesburg en het gebruik van zonnecellen op ons warehouse, vertalen we ons innovatieve, duurzame beleid in concrete acties. Nieuwe initiatieven moeten bij ons hierbij te allen tijde aan 3 criteria voldoen: het moet goed zijn voor de klant (kostentechnisch), het moet goed zijn voor het milieu en de continuïteit van ons bedrijf moet er mee gediend zijn. Inzet van de elektrische vrachtwagen heeft dan ook absoluut potentieel wanneer aan deze 3 voorwaarden voldaan wordt. Met name het voorzien in voldoende laadpunten is hierbij van belang zodat de actieradius van de wagen optimaal is; en daarmee maximaal gebruik van de voordelen die de inzet van de elektrische vrachtwagen met zich meebrengt."

Guus van Groningen  
Marketing Manager Rotra



**leading logistics**

## Social business

# Samen voor meer succes

In, bijvoorbeeld, de creatieve industrie is te zien wat de kracht van samenwerken is. Het zijn kleine bedrijfjes, die game-ontwikkelaars, designstudio's en internetbureaus, maar door samen te werken met partners zijn ze tot grootse resultaten in staat... wereldwijd. Transparant communiceren, kennis delen en slim samenwerken zit in hun genen. Zo kunnen ze snel inspelen op veranderingen in de markt en razendsnel innoveren.

Nu is samenwerken als klein bedrijf natuurlijk makkelijk. Je zit met elkaar in één ruimte en de lijntjes zijn kort. Hoe doe je dat als grote organisatie? Daar zit de kracht van social business: als grote organisatie doen alsof je nog heel klein bent, door mensen met elkaar te verbinden met slimme tools.

Nu zijn er mensen die dromen van organisaties die samen met medewerkers, klanten en partners succesvoller zijn. Helaas leert de praktijk dat veel organisaties met de tools beginnen: 'We moeten Yammer, SharePoint of een sociaal intranet.' Maar zo makkelijk is het niet. Een ondernemer moet goed snappen waarom en hoe social business het bedrijf helpt om samen meer succes te halen.

## Samen meer succes

Social business is te eenvoudig. Het is veel makkelijk om te beginnen met een zakelijk platform als Yammer of Jive of om een LinkedIn-groep te starten. Dat tools je vaak de mogelijkheid geven om binnen een half uur 'live' te gaan is een soms en zegen, maar meestal een vloek. De valkuil is dat social tools het startpunt zijn, maar dat het slechts middelen blijven. Wil je echt business maken van social, dan is een strategie van wezenlijk belang. Bedenk hoeveel je in social wilt investeren, stel daarna je doelen. Bepaal dan hoe je die doelen gaat halen en wat daarvoor het geschikte gereedschap is.

## Organisatie

Het zijn niet je producten of diensten, niet het gebouw waarin je zit, niet het eigen vermogen en zelfs niet je intellectueel eigendom. Het zijn mensen die het belangrijkste kapitaal van je organisatie vormen. De mensen om je heen,



Social business is het creëren van waarde door mensen te verbinden met social tools. Waarbij het nadrukkelijk niet gaat om de tools, maar om het resultaat. Dit betekent dat de tools in dienst moeten staan van de gebruikers. Alleen dan gebruiken ze die om hun kennis en ideeën te delen.



zoals klanten en partners, en de mensen waar je mee samenwerkt. Want mensen hebben kennis, creativiteit, ervaring, talent en een netwerk. Daarmee zijn ze in staat continue nieuwe producten en diensten te bedenken en waarde te creëren. Het zijn de mensen die ervoor zorgen dat je vandaag en in de toekomst succesvol kunt zijn. Het zijn de mensen die ervoor zorgen dat je over een paar jaar nog bestaat.

Met social media, blogs, wiki's en fora blijven mensen makkelijk met elkaar verbonden. Barrières als tijd en fysieke locatie spelen ineens een veel kleinere rol. Op een laagdrempelige manier delen mensen waar ze mee bezig zijn: hun inspiratiebronnen, goede ideeën, lief en leed en waar ze goed in zijn. Ze delen hun kennis, creativiteit, ervaring, talent en netwerk. En daar zit business in.

### Waarde creëren

Vreemd, we strijden volop tegen verspilling; we rijden in zuinige auto's, we proberen bedrijfsprocessen zo efficiënt mogelijk te maken en afvalstromen in te nemen, maar ondertussen gooien we veel kennis en talent bij het oud vuil. Hoeveel van het potentieel van de mensen in je organisatie wordt echt gebruikt? Kan iedereen zijn of haar kracht optimaal benutten? Doen collega's waar ze goed in zijn of zet je maar een beperkt deel in? Misschien wel het deel dat precies binnen zijn of haar taakomschrijving past? Delen ze hun kennis en creativiteit met elkaar? Of werkt ieder voor zich?

Hoog tijd om business te creëren uit het potentieel van die stuk voor stuk belangrijke mensen, door ze met elkaar te verbinden. Daar worden ze zelf ook blijer van.

### Social + business = social business

Social business is het creëren van waarde door mensen te verbinden met social tools. Waarbij het nadrukkelijk niet gaat om de tools, maar om het resultaat. Dit betekent dat de tools in dienst moeten staan van de gebruikers. Alleen dan gebruiken ze die om hun kennis en ideeën te delen. Dus even webcare of Yammer introduceren is niet voldoende. Social business wordt alleen een succes als je het strategisch aanpakt. ■



# Buit de familiefactor uit

Hoewel het familiebedrijf de oudste bedrijfsvorm is, vormt het op het wetenschappelijke vlak een relatief jong vakgebied. Stichting Nederlands Centrum voor het Familiebedrijf (NCFB) verricht onderzoek en verzamelt kennis over aspecten die binnen familiebedrijven spelen met als doel om familiebedrijven zich bewust te laten worden van hun unieke positie. “Familiebedrijven moeten hun voordelen beter benutten en bewust omgaan met de lastige aspecten”, aldus directeur Ilse Matser.

In Nederland valt meer dan de helft van alle ondernemingen in de categorie familiebedrijven. Daarmee vormt deze categorie een belangrijke impuls voor de economie. “Maar ondanks dit gegeven wordt er binnen diverse opleidingen relatief weinig aandacht besteed aan familiebedrijven”, vertelt Matser. Zelf is zij als lector Familiebedrijven aan Hogeschool Windesheim betrokken bij onderzoek naar ondernemen in familiebedrijven. “Ook de familiebedrijven zelf zijn zich niet altijd bewust van hun unieke positie. Terwijl op het moment dat er bijvoorbeeld een strategische beslissing moet worden genomen, dit niet alleen financiële gevolgen maar ook effect op je familie heeft. Mede om die reden wil het NCFB het bewustzijn van familiebedrijven vergroten en hen kennis bieden om hun bedrijf te versterken.”

## Familiekarakter

Deze kennis wordt onder andere via de website van het NCFB aangeboden. “Het NCFB doet onderzoek naar diverse aspecten waar familiebedrijven mee te maken krijgen of waar ze zich op zouden kunnen oriënteren om zo hun bedrijfsactiviteiten uit te breiden. Een van onze eerste onderzoeken ging over bedrijfsopvolging, want dat is bij uitstek een moment waarbij het familiekarakter op kan spelen.

Het is natuurlijk voor alle ondernemingen zaak om op tijd met de voorbereiding te beginnen, maar bij familiebedrijven komen er nog extra factoren om de hoek kijken. De volgende generatie moet op tijd bij het bedrijf worden betrokken en op dat moment is het essentieel dat de verwachtingen en ambities al op één lijn zitten. Dit lijkt wellicht een open deur, maar in de praktijk verloopt dit niet altijd even vlekkeloos. Ook de positie van de huidige ondernemer – is hij of zij de oprichter of al de zesde generatie – en de financiële situatie van het bedrijf bepaalt hoe een ondernemer tegenover het moment van opvolging staat.”

## Statuut

Een ander belangrijk thema is goed bestuur. “Binnen de categorie familiebedrijven kun je drie verschillende systemen onderscheiden: familie, bedrijf en eigenaar. Iemand die het bedrijf opricht, neemt vooral de rol als directeur op zich. Wanneer de opvolging aantreedt maar de eerste generatie nog wel betrokken blijft bij het bedrijf, verschuift deze rol vaak richting die van (mede)eigenaar. Deze verschuiving vereist goed overleg en duidelijke schriftelijke afspraken bijvoorbeeld in de vorm van een familiestatuu. Hierin kan je vastleggen wanneer de opvolging plaatsvindt en hoe dit geregeld

wordt maar ook bijvoorbeeld wat de rol van aangetrouwde familieleden mag zijn. Juist bij familiebedrijven lopen werk en privé sneller door elkaar, dus dan zijn goede afspraken essentieel.”

## Raad van Advies

Een ander aspect waar de familiefactor om de hoek komt kijken is financiering. “De meeste familiebedrijven zijn voorzichtig gefinancierd met relatief weinig vreemd vermogen. Deze risico-averse houding biedt bij de bank een kleine voorsprong, maar steeds vaker vraagt deze bij een lening om een combinatie van investeerders. Dat kan bij familiebedrijven voor een dilemma zorgen. Zij moeten dan bereid zijn om een private equity partij toe te laten.” Matser vindt dit gezien het financiële landschap een gezonde ontwikkeling. “Los van het kapitaal dat je daarmee binnenhaalt, kan zo’n private equity partner ook een belangrijke adviesfunctie hebben. Het creëren van een goed klankbord is sowieso is belangrijke stap. De markt is heel dynamisch geworden en vereist innovatie en creativiteit. Met een klankbord, bijvoorbeeld in de vorm van een Raad van Advies, haal je expertise van buitenaf binnen. Ook kan zo’n raad je scherp houden en dwingen om af en toe even een stapje terug te nemen om te kijken of de koers die wordt





aangehouden moet worden bijgesteld. En voor je bedrijfsimago en daarmee het aantrekken van goed personeel is het natuurlijk ook gunstig. Het vergt openheid, maar de nieuwe generatie heeft dat door.”

### Familiefactor

Volgens Matser biedt de unieke familie-factor voordelen ten opzichte van andere bedrijven. “Familiebedrijven kennen een trots en bouwen voort op hun traditie, hun kennis en hun netwerk. Dat kenmerkt zich onder andere in een geworteldheid in de omgeving en een langetermijnrelatie met hun werknemers en hun leveranciers. De ondernemingen zijn sterk gefocust op

continuïteit en rentmeesterschap. Zij hebben immers het bedrijf gekregen om het klaar te maken voor de volgende generatie. Dit vertaalt zich bij een groot aantal familiebedrijven ook door naar een duurzaamheidsbeleid. Wil je een bedrijf behouden en verbeteren voor de volgende generatie, dan heb je ook een omgeving nodig die dit mogelijk maakt. Respect voor de omgeving en een goed personeelsbeleid sluiten goed aan bij die langetermijnvisie.

Overigens benadrukt Matser wel dat de categorie familiebedrijven een zeer heterogene groep bedrijven behelst. “Niet elk bedrijf dat gezien de samenstelling van de

### Family Fundament Award

Naast kennis en onderzoeken ter beschikking stellen, vraagt het NCFB ook algemene aandacht voor het familiebedrijf. De Family Fundament Award laat enerzijds aan de buitenwereld zien wat voor mooie familiebedrijven er in Nederland zijn gevestigd. Anderzijds moet het bij de bedrijven zelf bewustwording creëren en een ontmoetingsplaats vormen om ervaringen te delen. De award wordt jaarlijks na regionale voorrondes en een landelijke verkiezingsavond uitgereikt aan twee familiebedrijven in de categorieën grote en kleine bedrijven. Winnaars mogen zich een jaar lang het ‘beste familiebedrijf van Nederland’ noemen. [www.ncfb.nl](http://www.ncfb.nl)

directie in deze categorie valt, beschouwt zichzelf ook als een familiebedrijf of wil zich ook als zodanig profileren. Dat hangt sterk van de branche af waarin het bedrijf actief is. Binnen traditionele sectoren zoals de bouw, de agrarische tak en de maakindustrie komen bedrijven graag voor deze identiteit uit, terwijl het bijvoorbeeld binnen de ICT minder snel wordt genoemd.”

### Creativiteit

Een feit waar veel familiebedrijven mee te maken hebben is de tegenvallende economie. Veel familie-ondernemingen moeten opboksen tegen grote bedrijven. Dat vereist volgens Matser de nodige creativiteit. “Familiebedrijven kunnen juist in de niches en met unieke producten uitblinken, al dan niet in samenwerking met andere bedrijven. Ook extra aandacht voor de klant en het uitdragen van de liefde en passie voor het vak zijn aspecten die familiebedrijven in kunnen zetten.”

Daarnaast kan het interessant om andere sectoren te gaan verkennen. “Je ziet nu bijvoorbeeld dat landbouwbedrijven ook een zorgboerderij beginnen. Juist in de zorgsector is de aanwezigheid van een familiebedrijf een onderscheidende factor.” Hetzelfde geldt voor internationalisering. “Waarom zou je in Duitsland niet vertellen dat jij de eigenaar van het familiebedrijf bent? En het kan ook helpen om cultuurverschillen te overbruggen. In Zuid-Europa en China is familie heel belangrijk en dat kan herkenbaarheid creëren. Juist op dat soort momenten moet je je bewustzijn van je voordelen en deze op een slimme manier inzetten”, aldus Matser. ■

Groeikracht20 biedt flexibel pakket met 20 trainingssessies

# Groeien als werknemer en als bedrijf

Uw personeel laten groeien. Ze een duwtje in de rug geven in hun persoonlijke ontwikkeling. Als werkgever of manager blijft dat continu een aandachtspunt. Want op die manier kan ook uw bedrijf weer verder groeien. Het nieuwe trainingsconcept Groeikracht20 van DOC Opleiding & Training in Doetinchem biedt u de gelegenheid uw medewerkers een groei-boost te geven in hun persoonlijke vaardigheden.



Kiezen uit een flexibel pakket van 20 trainingssessies. Bedoeld voor werknemers en bedrijven. Om zo te groeien. In de persoonlijke ontwikkeling, maar ook

Marjel Dijk is één van de vier trainers verbonden aan Groeikracht20. Ze zegt: “De trainingen zijn bedoeld om mensen een duwtje in hun rug te geven in hun

ceren met klanten of collega's. Maar ook hoe je beter omgaat met stress op de werkvloer. En voor het management en directie wordt er bijvoorbeeld ingezoomd op thema's als het ontwikkelen van visie en missie en hoe je beter leiding geeft.”

Bedrijven kunnen het helemaal afstemmen op de behoefte van hun medewerkers en hun organisatie.

## Flexibel pakket

Groeikracht20 bestaat uit een pakket van 20 trainingssessies. Elk van een middag, over een onderwerp dat te maken heeft met persoonlijke groei. Marjel Dijk: “Bedrijven mogen zelf hun pakket van 20 trainingen samenstellen. Het is dus een flexibel pakket. Bedrijven kunnen het helemaal afstemmen op de behoefte van hun medewerkers en hun organisatie. Ze mogen bijvoorbeeld met 20 medewerkers allemaal aan dezelfde sessie meedoen.

als bedrijf. Dat is het nieuwe trainingsconcept Groeikracht20 van DOC Opleiding & Training in Doetinchem. In september start de eerste cyclus van 20 trainingen waaruit gekozen kan worden.

ontwikkeling. Op die manier kunnen ze weer groeien. En daar profiteert het bedrijf ook weer van.” Er kan gekozen worden uit 20 thema's. Bijvoorbeeld hoe je beter leert communi-

#### Gratis P&O-advies

Groeikracht20 helpt bedrijven te kiezen welke trainingssessies voor welke medewerkers geschikt zijn. En op welk gebied ze een steuntje in de rug kunnen gebruiken. Hinno Willems is een ervaren P&O'er en adviseert u bij het maken van de juiste keuze. Hiervoor worden geen extra kosten in rekening gebracht. "Desgewenst kom ik bij een bedrijf langs om samen met hen te bepalen waar hun medewerkers in hun ontwikkeling staan. Maar ook waar hun groeibehoefte ligt. En die van het bedrijf."



Maar ook 20 verschillende medewerkers kunnen allemaal een andere training volgen. Of een middenweg: dus dat meerdere medewerkers meerdere sessies doen. We leveren op die manier dus echt maatwerk!"

#### Betaalbaar

Nieuw aan Groeikracht20 is dat het pakket van 20 trainingen wordt aangeboden op basis van sharing en daardoor in totaal slechts 750 euro kost. "Ook hier speelt het getal 20 weer een belangrijke rol", vertelt Marjel Dijk. "We gaan uit van een deelname van minimaal 20 bedrijven. Als je de kosten over meerdere bedrijven verdeelt, wordt het voor iedereen haalbaar en betaalbaar. En door het aan te bieden op basis van sharing kunnen we iedereen ook de garantie geven dat elk van de 20 trainingen doorgaat."

#### MBO, HBO en HBO+

De trainingssessies zijn op drie niveaus (MBO, HBO en HBO+) en zowel geschikt voor medewerkers (niveau 1 en 2), als voor management en directie (niveau 3). Vier ervaren trainers/coaches die al jaren aan DOC Opleiding & Training zijn verbonden verzorgen de trainingsmiddagen. Volgens Marjel Dijk



past Groeikracht20 helemaal in de tijd van nu. "Het is nu de tijd om weer te geloven in groei. Te investeren in medewerkers en hen te helpen hun persoonlijke vaardigheden verder te ontwikkelen. En zo de basis te leggen voor de verdere groei van een organisatie of bedrijf." ■

#### Meer informatie

Groeikracht20 is een nieuw trainingsconcept van DOC Opleiding & Training. De 20 trainingssessies worden gehouden in het pand aan de Frielinkstraat 1-02 in Doetinchem. De eerste training start eind september. Voor meer informatie kunt u bellen met 0314-368600 of kijken op [www.groeikracht20.nl](http://www.groeikracht20.nl).



**Proef het buitenleven**  
*à la Carte ontbijten, lunchen of dineren in Plattelandse sfeer!*  
**bij Carpe Diem!**

Reserveren kan via 0314 65 14 24

Langeboomsestraat 5, Vethuizen - Montferland - [www.hotelpedem.nl](http://www.hotelpedem.nl)



Accommodatie voor training, vergader, en recreatiegroepen in Gaanderen.



Informatie:  
 06-44115569 - [www.bongerd.eu](http://www.bongerd.eu)

# Toplocaties in Oost Gelderland



**'t Boshuis**  
Fam. Rietman

het Betere Boshuis Bed  
Sterk in Tent(huis) vakanties

Ook hét adres voor uw  
Boerengolf... heerlijk  
onthaasten in een  
landelijke omgeving.



Boshuisweg 8 - 7233 SE Vierakker  
Tel. 0575 - 44 13 02 [www.tboshuis.nl](http://www.tboshuis.nl)



Buiten Inzicht

Op een prachtige plek in de Achterhoek, net buiten het sfeervolle dorpje Hengelo, bevindt zich de vergaderlocatie BuitenInzicht.

Ideaal voor trainingen gericht op ontplooiing en ontwikkeling, zoals teambuilding, personal coaching en mindfulness.

Koningsweg 8  
7255KR Hengelo gld  
0575-470086  
[info@buiteninzicht.nl](mailto:info@buiteninzicht.nl)  
[www.buiteninzicht.nl](http://www.buiteninzicht.nl)



**'t heuveltje**

VAN ZAKENLUNCH TOT  
BEDRIJFSPRESENTATIE  
EN THEMAFEEST;  
ALLES ONDER EEN DAK

Sint Jansgildestraat 27  
7037 CA Beek  
T 0316-532041  
E [info@heuveltje.nl](mailto:info@heuveltje.nl)  
I [www.heuveltje.nl](http://www.heuveltje.nl)



*Landhuis de Bevermeer*

Graag verwelkomen wij u en uw relaties, collega's of cursisten voor uw training of workshop in een persoonlijke, natuurlijke en inspirerende omgeving. Landhuis de Bevermeer is een stijlvolle, unieke en sfeervolle locatie, gelegen in twee hectare privé natuurbos op 10 minuten rijden vanaf de A12. Zeer geschikt voor exclusief gebruik door groepen van 10 tot 15 personen, die prijs stellen op privacy, rust en sfeer.

Bevermeerseweg 12 - Angerlo  
T 088 4530542  
E [info@landhuisdebevermeer.nl](mailto:info@landhuisdebevermeer.nl)  
I [www.landhuisdebevermeer.nl](http://www.landhuisdebevermeer.nl)



*Rezonans*

Geschiedt voor:

- Vergaderingen
- Heisessies
- Teambuilding
- Coaching voor bedrijven
- Brainstorm sessies
- Arrangementen op maat

Adresgegevens

Oude Borculoseweg 12, Warnsveld  
Gelderland, Nederland  
T 0575 431171  
M 06 51257921  
E [info@rezonans.nl](mailto:info@rezonans.nl)  
[www.rezonans.nl](http://www.rezonans.nl)



groensaccommodaties en meer...

Inspiratie, rust en ruimte vindt u bij Gelders Groenland in Barchem. Het adres voor groepsvakanties, vergaderingen en teambuilding activiteiten. Families, vrienden en zorggroepen tot 45 personen kunnen hier, genietend van het buitenleven vakantie vieren.

Voor de zakelijke markt bieden wij verschillende vergaderarrangementen, met of zonder overnachting. Bezoek de website: [www.geldersgroenland.nl](http://www.geldersgroenland.nl) en laat u verrassen op de virtuele rondleiding!

Haytinksdijk 1b, 7244 NZ Barchem / Tel. 06-53153580 / 06-12996251  
[info@geldersgroenland.nl](mailto:info@geldersgroenland.nl)



ONLINE

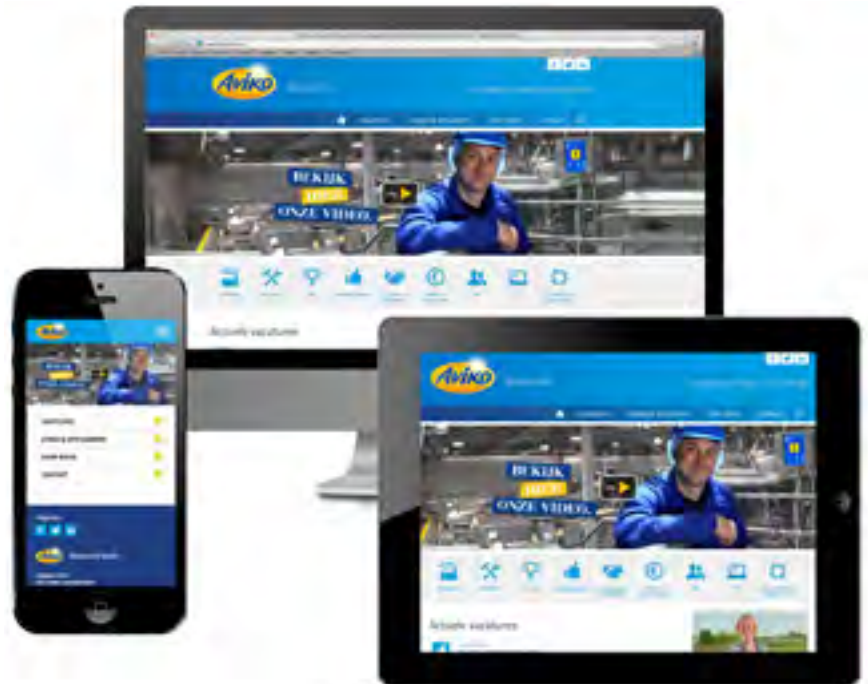
# MACKNIFICENT ONTWIKKELT NIEUWE RECRUITMENTSITE VOOR AVIKO

Aviko, behorend tot de grootste aardappelverwerkende producenten ter wereld, werft sinds half juni vakmensen via een nieuwe recruitmentssite: [werkenbijaviko.nl](http://werkenbijaviko.nl). Deze nieuwe site is ontwikkeld door Macknificent uit Lochem, gespecialiseerd in arbeidsmarktcommunicatie.

Voor de profilering van Aviko op de arbeidsmarkt bedacht Macknificent tevens creatieve communicatieconcepten op basis van het thema 'Je haalt er meer uit bij Aviko'.

Volgens Babs Quist, corporate recruiter bij Aviko een mooie slogan "omdat 'ie én verwijst naar de aantrekkelijke carrièremogelijkheden bij Aviko én de vele specialiteiten die wij uit onze aardappelen halen." Ook de informatieve video op de homepage van [werkenbijaviko.nl](http://werkenbijaviko.nl) is bedacht en geproduceerd door Macknificent. ■

[www.macknificent.nl](http://www.macknificent.nl)



## *Arbeidsmarktcommunicatie is Macknificent.*

*Arbeidsmarktcommunicatie. Dat is misschien wel het laatste waar u momenteel aan denkt. Daarom doen wij het. Want al duurt de crisis nog zo lang, als de economie weer aantrekt heeft ook u weer nieuwe vakmensen nodig. Bij Macknificent maken we daarom elke dag werk van arbeidsmarktcommunicatie. Wij ontwikkelen creatieve concepten waarmee wij werkgevers*

*positioneren en profileren. Van employer branding tot wervingsconcepten en werkenbij-sites. Zodat, als het er straks weer echt op aankomt, de juiste mensen solliciteren.*

*Wilt u ook een sterk werkgeversmerk? Vraag onze brochure 'Denkwerk' aan. Mail [be@macknificent.nl](mailto:be@macknificent.nl) of bel: 06 - 11 34 08 04. U vindt ons werk ook op [www.macknificent.nl](http://www.macknificent.nl)*

Macknificent bv, Graaf Ottoweg 18, 7241 DG Lochem

**Macknificent.**  
Arbeidsmarktcommunicatie

# BUSINESS FLITSEN



## UNIEKE SAMENWERKINGSOVEREENKOMST

Qredits, IkStartSmart/IkGroeiSmart en de Provincie Gelderland bundelen hun krachten om startende en bestaande ondernemers in de Provincie Gelderland te ondersteunen met coaching en krediet. Startende ondernemers zorgen voor banen, maar zij vormen ook een risico voor banken. Hierdoor kunnen ze vaak geen beroep doen op kredietfaciliteiten. Het project zal worden uitgevoerd onder de naam 'Microkrediet Gelderland' en geeft kansrijke ondernemers in de Provincie Gelderland de mogelijkheid om maximaal 50.000 euro te lenen voor de start of uitbouw van hun bedrijf. De screening, verstrekking en het beheer van de kredietaanvragen wordt door Qredits uitgevoerd. De Provincie Gelderland geeft een garantie op de verstrekte kredieten tot maximaal 850.000 euro waarbij de (verplichte) coaching wordt gedaan door de professionals van IkStartSmart/IkGroeiSmart. Door deze garantie krijgen ondernemers de kans om hun bedrijf op te zetten of door te groeien.



## MOMENTENMAKERS: CREATIEF MET BELEVING IN DE ACHTERHOEK

Beleving is er in de Achterhoek genoeg te vinden en te benutten en dat is waar Momentenmakers gebruik van maakt. Momentenmakers, onderdeel van HIM+, creëert en organiseert voortaan alle evenementen welke HIM+Events onder zijn hoede heeft.

Momentenmakers staat voor Achterhoekse aandacht en vernieuwende, inspirerende belevingen.

Momentenmakers is een nieuw bedrijf dat, naast Villa Ruimzicht (Doetinchem), de Strandlodge (Winterswijk) en de Zellerij (Hengelo Gld), onder HIM+ valt. Niet alleen evenementen maar ook catering met Achterhoekse streekproducten zullen op de kaart worden gezet door Momentenmakers. "De Achterhoek heeft een hoop pracht te bieden, dus waarom zouden we hier niet gebruik van maken?" aldus Kees Hensen, eigenaar van HIM+.

De evenementen zijn te verdelen onder lifestyle, culinair en cultureel. "Het culinaire element is altijd aanwezig gezien hier onze passie en kracht ligt", aldus Kees Hensen. De Achterhoekse Zomerfair is een bruisend lifestyle evenement in het sfeervolle park van Villa Ruimzicht met een Achterhoekse karakter gezien de stands, locatie en het eten. 'Proef de 8erhoek' en 'Gaon' zijn echte culinaire evenementen waarbij gebruik wordt gemaakt van streekproducten.

# Eerste hulp bij gezonde werknemers

Gezonde, vitale werknemers werken efficiënter en effectiever en zorgen daarmee voor een hoger rendement van het bedrijf. Maar hoe krijg je je personeel gezond en zet je een beleid op rondom gezondheid?

Uit onderzoek van Menzis blijkt dat 87 procent van de werkgevers vitaliteit van haar werknemers belangrijk vindt. Slechts 23 procent blijkt hier in de praktijk ook daadwerkelijk iets mee te doen. Heb je een dermate goede relatie met je werknemer dat je denkt zijn leefstijl te kunnen bespreken, dan is dat zeker de moeite waard. Vooral als het onderwerp een risico dreigt te gaan vormen voor je onderneming en/of voor je werknemer. Geef tips of verwijfs door naar een professionele hulpverlener.

## Gezondheidsmanagement

Wil je het grootschaliger aanpakken of heb je een bedrijf met 50 werknemers of meer? Ga dan aan de slag met gezondheidsmanagement. Daarmee maak je helder wat je wil doen op het gebied van gezondheid en hoe je dat gaat doen. Om de gezondheidsrisico's voor je werknemers te verkleinen, is het belangrijk om management te gaan voeren op het gebied van gezondheid. Minder gezondheidsrisico's betekent minder kans op financiële schade als gevolg van medische kosten, ziekteverzuim en productieverliezen.

## Van ergonomie tot voedingspatroon

Bij gezondheidsmanagement breng je in kaart wat je doet voor de gezondheid van je werknemers. Je kunt denken aan ergo-

nomie - een gezonde werkplek - maar ook aan eetgewoonten, beweging en ontspanning. Zoom in op de gezondheidsonderwerpen die op jouw werknemers van toepassing zijn.

## Arbo en verzuim

Ook een goede manier om te beginnen met je plan, is kijken naar je al bestaande beleid op het gebied van arbo en verzuim. Deze kunnen je een goede basis geven voor je gezondheidsbeleid. Vanuit je verzuimbeleid bekijk je: Hoe ga ik om met verzuim, wat heb ik aan arbeidscapaciteit nodig en hoe kan ik verzuim voorkomen? Vanuit die basis kun je je richten op preventie in de vorm van gezondheidsmanagement. Beschrijf in je plan op welke manier je je gaat richten op je gezonde populatie. Je kunt bijvoorbeeld beleid opzetten op het gebied van alcohol, bewegen, roken, ontspanning en/of voeding.

Je hebt nu een idee van het belang van gezondheidsmanagement. Maar wat vormt de inhoud ervan? Een overzicht van wat je kunt doen op de verschillende gezondheidsgebieden.

## Bewegen

Ruim de helft van de 7,4 miljoen werknemers in Nederland houdt zich niet aan de Nederlandse Norm Gezond Bewegen, waarbij je tenminste vijf dagen in de

week, dertig minuten matig intensief beweegt. Je kunt er vanuit gaan dat je werknemers buiten werktijd aan die uren komen, maar je kunt je werknemers óók helpen om aan de bewegingsnorm te komen, door bewegen binnen de werkdagen te stimuleren. Bewegen is gezond, onder meer in de strijd tegen hart- en vaatziekten, tegen diabetes, depressies en overgewicht. Zorg daarom voor beleid rondom beweging. Denk aan:

- Het meedoen aan een campagne rondom beweging;
- Je werknemers workshops aanbieden, waarin ze verschillende beweeg-activiteiten kunnen uitproberen;
- Voorstellen om eens per week (of vaker) een lunchwandeling te maken;
- Je werknemers een gunstige regeling aanbieden voor een fiets van de zaak of een collectief abonnement voor de sportschool.

## Roken

Longkanker, mindere vruchtbaarheid, meer kans op een beroerte of hartaanval: de negatieve gevolgen van roken liegen er niet om. Sinds 2004 is het verplicht om werkplekken rookvrij te houden. Toch betekent dit niet dat je werknemers de sigaretten daarom ook links laten liggen. Bied je rokende werknemers hulp bij het stoppen met roken en zet beleid op om hen daarbij te begeleiden, want het stoppen kan je werknemers flink uit hun doen halen.

## Acties?

Als je dat nog niet gedaan hebt:

- Maak je bedrijf volledig rookvrij. Een speciale rookruimte inrichten? Hiermee kom je de rokers alleen maar tegemoet;





- Regel informatiebijeenkomsten en trainingen over het stoppen met roken, waar je werknemers informatie en oefeningen krijgen over roken en het stoppen daarmee. Hiermee kun je je werknemers stimuleren om te stoppen met roken.

## Alcohol

Veel borrels op het werk, een krat bier in de koelkast, spanning op de werkvloer: allerlei factoren die ervoor kunnen zorgen dat het gebruik van alcohol op het werk toeneemt. Je werknemers zijn in principe zelf verantwoordelijk voor hun alcoholinname, maar jij als werkgever kan óók aangesproken worden op je verantwoordelijkheid als één van je werknemers een alcoholprobleem ontwikkelt.

Actiepunten:

- Zorg voor voorlichting over alcoholgebruik;
- Regel begeleiding van werknemers met alcoholproblemen;
- Zorg voor toezicht op alcoholgebruik (op de werkvloer).

## Voeding

Een bakje rauwkost naast je maaltijd maakt je voedingspatroon niet meteen gezond. Wat is nu eigenlijk wél gezond? Veel mensen weten dat niet precies. Aangezien voeding veel invloed heeft op gezondheid én op arbeidsprestaties, is het belangrijk dat je werknemers gezond eten. Als werkgever kun je bijvoorbeeld via het bedrijfsrestaurant veel invloed uitoefenen over de mate van gezondheid van de voeding van je werknemer.

- Organiseer informatiebijeenkomsten over gezonde voeding waarin je medewerkers meer te weten komen over gezonde voeding en het belang daarvan;

- Nodig een diëtiste uit, zodat je werknemers (laagdrempelig) hun eetpatroon kunnen bespreken met en advies kunnen vragen aan de diëtiste. Ze kunnen ook hun BMI en vetpercentage door de diëtiste laten meten. Een verpleegkundige kan een cholesterol- en/of bloeddrukmeting doen;

- Heb je een kantine? Promoot daarin dan gezond voedsel door het goedkoper te maken dan het ongezonde. Ongezond eten volledig verbannen is vaak niet de oplossing, dan komen je werknemers er wel op een andere manier aan.

## Ontspanning

Hoe meer ontspannen je werknemers zijn, hoe minder risico ze lopen op stress of een burn-out. Stress kan zorgen voor hart- en vaatziekten, infecties, rugklachten en maag- en darmklachten, dus het belang van ontspanning is groot. Je kunt iets doen tegenstress:

- Ga vaker in gesprek met je werknemers. Dan weet je wat hen bezig houdt en of er sprake is van stress;
- Maak je werknemers weerbaarder door ze aan cursussen mee te laten doen. Denk aan time-management of een weerbaarheidstraining. ■

Bronnen:  
[www.mkb servicedes.nl](http://www.mkb servicedes.nl)  
[www.gezondheidsmanagement.nl](http://www.gezondheidsmanagement.nl)

# Ondernemen is topsport

Topsport is een prachtig metafoor voor ondernemen, want net als bij topsport komt het bij ondernemen aan op discipline, het stellen van doelen, het verbeteren van prestaties en teamwork met je medewerkers. Bovendien hebben ondernemers net als topsporters maar één doel voor ogen en dat is de beste zijn. Maar hoe kun je je goed voorbereiden wanneer er topprestaties van je verwacht worden?

Als lifestylecoach kijk ik niet alleen naar hoeveel iemand beweegt, maar ook naar de voeding, het slaappatroon, de rust- en de stressmomenten. Deze aspecten zijn namelijk onlosmakelijk verbonden met onze gezondheid en het gevoel van welbevinden. Wat mij vaak in de praktijk opvalt, is dat met name op die momenten dat de ondernemer moet presteren hij juist vaak beknibbelt op één van deze aspecten. Hij slaapt minder, let minder op zijn voeding... Terwijl hij juist het tegenovergestelde zou moeten doen. In de sport wordt gezegd dat de wedstrijd al wordt gewonnen in de voorbereiding. Topsporters besteden veel aandacht aan de

voorbereiding om een topprestatie neer te zetten. Dit zou ook voor iedere ondernemer op moeten gaan. Ook hij zou uiterst serieus en tijdig zich moeten voorbereiden op het moment dat er veel van hem verwacht wordt. Eigenlijk zou iedere ondernemer al twee weken voordat hij moet 'pieken' een start moeten maken met voorbereidingsmaatregelen. Hiermee bedoel ik bijvoorbeeld dat je een half uurtje eerder naar bed moet gaan, meer gezonde voeding als groente en fruit tot je moet nemen, voldoende beweegt en alcohol even laat staan. Ook een ontspanningsmassage, of een moment waarin je je telefoon uitzet en even

Robert Lagendijk is sinds 1995 eigenaar van LAGENDIJK Training ([www.lagendijktraining.nl](http://www.lagendijktraining.nl)), dat gevestigd is op Papendal in Arnhem, het sportmekka van Nederland. Hij heeft jarenlange ervaring met het trainen van topsporters, maar ook ondernemers en managers behoren tot zijn cliënten. Juist door zijn ervaring in de topsport, weet hij als geen ander wat de ondernemer nodig heeft in zijn weg naar het succes. In Rivierland Business belicht hij iedere editie hoe je het hoogst haalbare resultaat kunt halen en geeft hij tegelijkertijd een blik achter de schermen van de topsport.



helemaal niks doet, is in die periode aan te bevelen. Wanneer je dit in acht neemt, zul je merken dat je makkelijker door een stressvolle en drukke periode komt, je veel beter presteert maar ook dat je na die periode weer sneller hersteld bent. Zowel sporters als ondernemers die zich niet tijdig en serieus voorbereiden maken minder kans om te winnen. En sterker nog: een heleboel ondernemers lopen continue op het randje van matig presteren en/of overspannenheid zonder dat ze het zelf in de gaten hebben. Dan wordt het echt tijd aan de bel te trekken en een keus te maken! ■

Robert Lagendijk  
Eigenaar LAGENDIJK Training

# HELP!

**“Ai, ik heb schade! Mijn zootje heeft de auto van de buurman bekrast!”**  
**“Help, mijn trap is een waterval geworden! Wat nu?”** Dit zijn enkele voorbeelden van schades uit het dagelijkse leven. Wat is het dan fijn te weten dat Heilbron 24 uur per dag 7 dagen per week telefonisch bereikbaar is om u te helpen. Dat geeft een ‘zeker’ gevoel.

Bij Heilbron geloven we in een persoonlijke binding met onze klanten. Wij kennen u en helpen u bij iedere schade, ook al zou deze onverhoopt niet gedekt zijn. Want dat kan natuurlijk ook voorkomen.

Alle mogelijkheden, kleine lettertjes, uitsluitingen én insluitingen maken uw verzekeringspakket niet altijd even makkelijk. Daarom nemen wij de tijd om samen te kijken wat het beste bij uw omstandigheden past, zodat u niet overmaar ook niet onderverzekerd bent. Zo komt u nooit voor verrassingen te staan. Dat is namelijk de belofte die wij u doen: “Zeker weten, zeker leven”.

**“Help! Ik heb mijn i-pad laten vallen! Wat nu?”**

Bij de meeste verzekeraars valt dit tegenwoordig onder de dekking van uw inboedelverzekering. U kunt kiezen voor twee opties: laten repareren of een uitkering in geld minus uw eigen risico.

**“Help! Mijn medewerker is ziek! Wat moet ik doen?”**

Hier heeft Heilbron speciaal de afdeling De Verzuimeconoom voor opgericht om u te begeleiden en te ontzorgen in het woud van de wet- en regelgeving omtrent ziekte en herstel. Zo weet u zeker dat u aan de wettelijke verplichtingen voldoet en de verzuimverzekering maandelijks uitkeert.

**“Help! Voor welke waarde moet ik mijn bedrijfsgebouw verzekeren?”**

U heeft hierin verschillende keuzes: de waarde die u zelf opgeeft, een waardebepaling van een taxatiebureau, of een ‘vaste taxatie’ van een taxatiebureau. Heilbron begeleidt u bij deze keuzes, zodat u zich geen zorgen hoeft te maken en u zich bezig kunt houden met wat u belangrijk vindt: ondernemen.

Bent u benieuwd hoe wij ervoor kunnen zorgen dat u het ook zeker weet en dus zeker kunt leven? Neem dan gerust contact op met één van onze adviseurs.

**Marco Gregoor**



**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](mailto:info@heilbron.nl)  
[www.heilbron.nl](http://www.heilbron.nl)



## HEILBRON

Anno 1932

**zéker weten, zéker leven.**



Overall  
bereikbaar met  
**Telfort Zakelijk  
OpMaat**

## De voordelen van Zakelijk OpMaat

- ✓ Belminuten delen met collega's
- ✓ Korting voor het hele bedrijf
- ✓ Abonnementen aanpassen aan persoonlijke wensen

**bp** businesspoint  
telecom

Arendsenweg 1A  
7021 PC Zelhem  
T 0314 - 364300  
F 0314 - 390254

info@businesspointtelecom.nl

[www.businesspointtelecom.nl](http://www.businesspointtelecom.nl)

Telfort • zakelijk

# HET VOORDEEL VAN BLIND ZIJN?

Natuurlijk heeft blindheid vooral nadelen. Help blinden en slechtzienden zo zelfstandig mogelijk te leven. Sms 'ogen' naar 4333 en geef éénmalig € 2,50 of doneer via [steunBartimeus.nl](http://steunBartimeus.nl)

'Ik heb geen last  
van hoogtevrees!'

- Bram, 15 jr, blind

Eénmalig  
2,50 € / sms

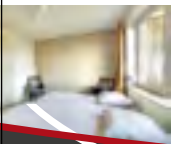
bartimeus sonneheerdt  
VERENIGING

CBF  
VOOR  
GOEDE DOELEN

Gelders  
**GROENLAND**



groepsaccommodaties en meer...



Inspiratie, rust en ruimte vindt u bij Gelders Groenland in Barchem. Het adres voor groepsvakanties, vergaderingen en teambuilding activiteiten. Families, vrienden en zorggroepen tot 45 personen kunnen hier, genietend van het buitenleven vakantie vieren. Voor de zakelijke markt bieden wij verschillende vergaderarrangementen, met of zonder overnachting.

Bezoek de website: [www.geldersgroenland.nl](http://www.geldersgroenland.nl) en laat u verrassen op de virtuele rondleiding!  
Haytinksdijk 1b, 7244 NZ Barchem / Tel. 06-53153580 / 06-12996251 / [info@geldersgroenland.nl](mailto:info@geldersgroenland.nl)

# MKB ondernemer neemt onbewust risico met eigen automatisering

Ondernemers binnen het MKB lopen onbewust grote risico's wanneer zij vasthouden aan eigen automatisering. Het zelf regelen van de kantoorautomatisering lijkt vanuit de historie logisch. Het actueel houden van de software en het beschermen van essentiële bedrijfsgegevens vraagt echter veel tijd, energie en daarmee geld. Met een hedendaagse MKB online werkplek is dat verleden tijd en daarmee verlagen ondernemers het risico op beschadiging of verlies van hun voor de onderneming belangrijke informatie.



Eigen servers en software kosten MKB ondernemers en hun ICT medewerkers veel geld zonder dat zij zich dit zelf realiseren. Dat is logisch, want als het bedrijf al langere tijd bestaat is de situatie zoals deze altijd is geweest; één keer per drie of vier jaar investeren, eigen of ingehuurd ondersteuning en zorgen om het up-to-date houden. De kosten van apparatuur, software en uren kunnen daarbij flink in de papieren lopen en altijd is er de zorg voor het up-to-date houden van de systemen.

## Ondersteuning en beveiliging

Veel MKB ondernemers hebben ofwel eigen ICT-medewerkers (al dan niet als 'bijtaak') of huren externe professionals in. Problemen ontstaan altijd op momenten dat de organisatie dit niet kan gebruiken en ondersteuning bij het oplossen daarvan is vaak niet direct voorhanden. Herkenbaar? U belt uw ICT dienstverlener en die heeft over enkele dagen pas tijd. Daarbij komt dat er periodiek onderhoud aan de systemen moet plaatsvinden

om de beveiliging actueel te houden en zo bedrijfsrisico's te verlagen. Wanneer MKB ondernemers kiezen voor een online werkplek voor het MKB (via de cloud computing technologie) voorkomen zij deze zorgen. Een gespecialiseerd bedrijf zoals een cloud provider met een MKB online werkplek dienst heeft de kennis en de medewerkers om direct te ondersteunen waar nodig. Daarnaast voert een cloud dienstverlener continu onderhoud uit aan de systemen in het datacenter en houdt de beveiliging doorlopend actueel. Het niveau van beveiliging en ondersteuning dat zij ondernemers bieden kunnen diezelfde ondernemers nooit tegen dezelfde kosten zelf regelen. Dit betekent dat MKB ondernemers die overstappen op een MKB online werkplek binnen een veiligere omgeving werken dan wanneer zij dat zelf inrichten en onderhouden. Het verlagen van het bedrijfsrisico op beschadiging of verlies, bijvoorbeeld door diefstal via cybercriminaliteit, geeft ondernemers meer rust.

## Anders doen

MKB'ers met traditionele automatisering doen er verstandig aan om die uit de historie ontstane situatie eens nader te bekijken. Immers, de tijd dat ondernemers zelf hun eigen bedrijfspand bouwde of zelf in hun energie behoeften voorzien ligt al lang achter ons. De keuze om niet meer zelf de kantoorautomatisering te regelen maar dit aan een gespecialiseerd bedrijf over te laten is de volgende logische stap. Ondernemers in het MKB verlagen daarmee de kosten van de automatisering en krijgen als bonus een hogere dienstverlening en veiligheid. Een voorbeeld van zo'n gespecialiseerde dienstverlener is SpiritCloud.nl met haar MKB online werkplek, inclusief up-to-date veiligheid en een professionele helpdesk die directe ondersteuning biedt. Een bijzondere eigenschap van deze SpiritCloud.nl dienst is dat ondernemers hun eigen bedrijfssoftware mee kunnen nemen naar de cloud en zo voor een totaaloplossing kunnen kiezen. Meer informatie op [www.spiritcloud.nl](http://www.spiritcloud.nl). ■

Bedrijfsoverdracht cruciaal voor behoud werkgelegenheid en kapitaal

# Zand in motor van de economie

Bedrijfsoverdrachten worden niet geregistreerd. Hierdoor ontbrak het jarenlang aan inzicht in de problematiek en kreeg deze dienstengevolge ook amper aandacht. Dat veranderde in 2012. Toen initieerde Lex van Teeffelen, lector Bedrijfsoverdracht en Innovatie aan de Hogeschool Utrecht, een grootschalig onderzoek. Hiervoor werden ruim 2.200 ondernemers uit een panel van de Kamer van Koophandel ondervraagd. “Circa een derde van de bedrijven die opgeheven worden – dat zijn er in totaal 20.000 – stoppen terwijl zij economisch gezond zijn. Daarnaast mislukken jaarlijks

zo’n 10.000 bedrijfsoverdrachten. Deze twee componenten zorgen elk jaar voor een verlies van 80.000 arbeidsplaatsen. Verder is sprake van een omzeterderving van 4 miljard en een kapitaalverlies van 2 miljard euro. De afgeleide schade voor leveranciers, dienstverleners en wijkeconomie komt daar nog bij. En vergeet de schatkist niet; die loopt jaarlijks zeker een miljard euro aan BTW en premies mis.”

## Waarde stijgt

Op basis van het onderzoek is een aantal van bijna 24.000 te koop staande bedrijven

aannemelijk. Dat komt neer op 3,6% van alle ondernemingen met personeel en ligt in de lijn met eerdere EU-schattingen. “Op dit moment zijn we bezig met het verzamelen van actuele gegevens. Die worden begin 2015 gepubliceerd, maar duidelijk is al wel dat het aantal te koop staande bedrijven stijgt. Sectoren als groothandel, metaal en ook de uitzendbranche laten al een jaar groei zien. Hierdoor brengen bedrijven bij verkoop meer op. Dat zal voor sommige ondernemers aanleiding zijn om deze van de hand te doen. Mede daardoor neemt het aanbod na de zomer flink toe. Ook het



De Nederlandse ondernemerspopulatie vergrijst. Geslaagde bedrijfsoverdrachten zijn cruciaal voor het behoud van werkgelegenheid en kapitaal. Ook presteren bedrijven vaak beter na een overname. Bedrijfsoverdracht is een motor van de economie, maar die motor hapert. Door een gebrek aan kopers, beperkte financieringsmogelijkheden en te weinig kennis. Onderzoek van de Hogeschool Utrecht gaf voor het eerst inzicht in de omvang van de problematiek. De schade loopt in de miljarden euro en tienduizenden arbeidsplaatsen gaan verloren. 'Door ons onderzoek is het gevoel van urgentie absoluut toegenomen,' constateert lector Lex van Teeffelen. 'Bedrijfsoverdracht staat hoger op de agenda maar er moet nog veel gebeuren.'

aantal ondernemers dat aan het eind van het werkzame leven hun bedrijf wil overdragen, zal verder stijgen."

### Kleine vijver

Het aanbod neemt dus toe. Hoe zit het met de vraag? "Op dit moment vallen twee soorten zoekers op. Allereerst buitenlandse bedrijven die door middel van een overname een Nederlandse vestiging willen starten. Hieronder zijn veel familiebedrijven. Een tweede groep potentiële kopers zijn private equity- en venture capitalbedrijven die actief op zoek zijn naar interessante transacties. Meestal zijn dat overnames van 2 miljoen euro en meer. Deze zoekers vissen in dezelfde, niet al te grote vijver. Deals met een lagere waarde vallen meestal buiten hun gezichtsveld. En dat is jammer, want hier zitten bedrijven bij met een prima perspectief en volop groeikansen."

Van Teeffelen zou graag zien dat professionele investeerders en crowdfunders de handen ineenslaan. "Crowdfunding is sterk in opkomst en vooral succesvol bij lagere bedragen. Constructies waarbij een investeringsmaatschappij in de lead is met bijvoorbeeld 20% en de rest door de crowd wordt gefinancierd, bieden zeker kansen. Investeerders krijgen meer leverage, crowdfunders hebben de zekerheid dat een professionele partij het over te nemen bedrijf tegen het licht heeft gehouden en ook zelf participeert. Onlangs opperde ik deze suggestie tijdens een bijeenkomst van de Association for Corporate Growth en de reacties waren positief. Als dit op grote schaal zou gebeuren, krijgt de financiering van bedrijfsovername in Nederland echt een boost."



Foto: Jan Willem Groen

Lex van Teeffelen: 'In plaats van dat ik aan deuren moet rammelen, komen partijen steeds vaker naar mij toe.'

### Dichtgetimmerd

En dat is nodig ook, want de beschikbaarheid van kapitaal blijft een groot probleem. "Onlangs deed de Europese Investeringsbank een oproep aan nationale overheden en banken. Zij moeten meer doen om financiering van overnames mogelijk te maken." Van Teeffelen prikkelde laatstgenoemde groep begin vorig jaar in Business met een oproep tot meer actie. "Maar banken komen nog altijd amper in beweging. Het beleid ten aanzien van financiering lijkt zelfs nog restrictiever. Ook deals die vroeger geen enkel probleem waren, komen nu niet meer rond. Overnames onder een miljoen euro zijn helemaal problematisch. En dat is verreweg de grootste groep dus hier zit de meeste pijn. Als overnames al gefinancierd worden, gaan banken ook bij gezonde

proposities niet verder dan 40% en wordt de financiering vaak dichtgetimmerd met zekerheden en staatsgaranties."

### Dure fouten vermijden

Van Teeffelen verwacht niet dat de opstelling van banken op korte termijn verandert. "Ze zijn nog steeds sterk intern gericht en vooral met zichzelf bezig." Over de rol van de overheid is de lector positiever. "De problematiek van bedrijfsopvolging krijgt binnen het ministerie van Economische Zaken steeds meer aandacht. Zo staat het mkb-borgstellingskrediet ook open voor venture capitalists en private equity. Prima, al zou ik graag zien dat ook crowdfunders gebruik kunnen maken van deze garantie. Positief is dat het maximale bedrag dat microkredietorganisatie Qredits beschikbaar stelt, is verhoogd naar 150.000 euro." Ook de ▲



HU-studenten pitchten voor de financiering van 'hun' overname. Winnaar werd Halil Khan, met naast hem Roy Spit (directeur Qredits, links) en Lex van Teeffelen.

### Wees zuinig op koper

Kandidaten om een bedrijf over te nemen, zijn nog altijd dun gezaaid. 'Dus als zich een geschikte koper aandient, wees er dan zuinig op,' benadrukt Van Teeffelen. 'Ga niet voor de hoofdprijs. Een verkoopprijs die via de geëigende waardebeoordelingsmethodes tot stand komt, is in de huidige markt lang niet altijd zaligmakend. Het gebeurt vaak dat het gevraagde bedrag te hoog is, waardoor de potentiële koper afhaakt. Is de verkoper later wel bereid om te zakken dan kan het te laat zijn. Bedenk ook dat kopers een groot percentage van de overnamesom zelf moeten opbrengen. Als ze het überhaupt al doen, financieren banken een veel minder groot deel van de overnamesom dan vroeger. Het risico voor de koper is dus aanzienlijk hoger. Verplaats je daarom in zijn positie en vraag een realistisch bedrag. En sta open voor constructies als een achtergestelde lening zodat het verkoopbedrag over een aantal jaren wordt uitgespreid. Ook een earn-out waarbij de prijs afhankelijk is van toekomstige resultaten kan uitkomst bieden.'

regionale ontwikkelingsmaatschappijen kunnen een bijdrage leveren. "Zij investeren vooral in innovatieve starters. Maar overnames zijn wezenlijke innovaties, die doorgaans positievere effecten hebben op de economie dan starters. Support van ontwikkelingsmaatschappijen is dus logisch. Bij voorkeur niet alleen financieel maar ook via begeleiding. Want ondernemers – kopers en verkopers – maken door gebrek aan ervaring vaak dure fouten in het overnameproces. Voorlichting en ondersteuning kan helpen om die te vermijden."

### Groen licht

Idealiter begint kennisopbouw al bij de bron: het onderwijs. "Het starten van een bedrijf krijgt in een aantal studies aandacht maar op het gebied van opvolging en overdracht gebeurt er niets. Het ministerie van OCW ziet dit nu gelukkig ook."

Een initiatief van Hogeschool Utrecht en brancheorganisatie Inretail gaat al een stevige stap verder. "Hierbij koppelen we te koop staande bedrijven aan studenten of groepen studenten. Die ontwikkelen als onderdeel van hun afstudeeropdracht een plan voor realisatie en financiering van de overname. Daarna kan het tot een daadwer-

kelijke transactie of een minderheidsbelang komen." Onlangs pitchte een achttal studenten uit het programma voor de financiering van 'hun' overname. "De jury met

## Beschikbaarheid van kapitaal blijft groot probleem

vertegenwoordigers van banken, crowdfunding en Qredits was onder de indruk van het niveau. Vier studenten kregen groen licht van de financiers, twee cases resulteerden in een daadwerkelijke overname."

### Lonkend perspectief

Het succes trok de aandacht van het ministerie van OCW. "Momenteel wordt onderzocht of ons programma landelijk uitgerold kan worden voor een brede groep studenten. Niet alleen bij hogescholen en universiteiten maar in aangepaste vorm ook voor mbo-opleidingen. Een op te richten stichting zou

de uitrol voor zijn rekening kunnen nemen." Van Teeffelen ziet een lonkend perspectief. "Nu bereiken we jaarlijks zo'n 60 studenten met het programma. Als dat de komende vijf jaar wordt verhonderdvoudigd, ontstaat een substantiële pool aan potentiële ondernemers die bedrijven kunnen overnemen. Het zal niet genoeg zijn om alle bedrijven een nieuwe toekomst te geven, maar is wel een grote stap in de goede richting."

### Geen roepende meer

Waar het de aandacht voor de opvolgingsproblematiek betreft, is Van Teeffelen voorzichtig positiever dan bij de publicatie van het onderzoek twee jaar geleden. "Dat rapport en de publiciteit die het kreeg, heeft absoluut iets teweeggebracht. De grote negatieve gevolgen van onterechte opheffingen en mislukte bedrijfsoverdrachten worden in steeds bredere kring als onwenselijk gezien. De politiek heeft het onderwerp prominent op de agenda staan en de vaste Kamercommissie maant minister Kamp regelmatig tot meer spoed." Van Teeffelen voelt zich niet langer een roepende in de woestijn. "In plaats van dat ik aan deuren moet rammelen, komen partijen steeds vaker naar mij toe." ■



# Het gebruik van internet zet veel MKB'ers op scherp

Internet heeft veel gebracht, maar ook veel genomen. Tal van MKB bedrijven zien hun USP's zoals een goed product, kwaliteit en service door het generaliserend effect van internet verdampen als sneeuw voor de zon. Wat betekent bijvoorbeeld het woord 'handel' nou nog? 10 jaar geleden liep je jaren rond met een spijkerbroek van gemiddelde kwaliteit. Dat is tegenwoordig niet meer nodig. Je bestelt namelijk gewoon per computer voor een klein bedrag weer een nieuwe. Nadat je er eerst vier hebt laten komen om te passen, voldoet 5 dagen later één exemplaar. Vervanging is eenvoudig en goedkoop geworden.

We zijn gewend geraakt aan kortere levenscycli van tal van producten. Als er een lamp stuk is, weet je niet eens hoeveel branduren er zijn gemaakt. Wel heb je het gevoel dat ze het snel opgeven. Je bestelt gewoon een nieuwe, en het liefst een complete pallet, voor het geval dat. Je koopt de producten en stuurt zelf je persoonlijke gegevens en aankoopdata naar de producent. Zelfservice en het digitale gemak is het credo voor de toekomst. Helaas verdwijnt hierdoor meer en meer het menselijk handelen!

We kunnen niet meer om internet heen, de markt verandert, bedrijven



**Ron Böhmer**  
Werkvriend.nl

moeten leren om hier mee om te gaan en zich razendsnel aanpassen, anders komen ze in een neerwaartse spiraal terecht. Deze onzekere toekomst waarin niet alleen mensen (en) (maar ook) apparaten met elkaar data uitwisselen, zal een evolutie voortbrengen in de wijze van participeren. Wees dus alert.

Voor veel MKB'ers, zelfs de nieuwste generaties die zijn voortgekomen uit de crisis van 2008, zal de afhankelijkheid van het internet grotendeels het succes van hun nieuwe economie bepalen die substantieel met minder fysieke transacties gepaard gaat. De ondernemer anno nu zal de samenwerking moeten gaan zoeken met

een ervaren internet- en mediabureau, die in bezit is van een vooruitziende blik en kijkt waar de (online) kansen liggen voor zijn product(en).

Koplopers zijn bedrijven die hun kansen pakken door o.a. het verbeteren van proces- en verdienmodellen, of naast hun corebusiness bijvoorbeeld een brand utility service aanbieden om hun bestaande merk te versterken. Vooral enthousiaste en gedreven ondernemers met het talent om te kunnen initiëren en verbinden, en te kiezen voor samenwerking en cocreatie met anderen, zien internet als een bruikbare ontwikkeling.

Wil een (nieuwe) ondernemer een bedrijf oprichten en het woord duurzaam als één van zijn USP's inzetten, bedenk dan dat maatschappelijk verantwoord ondernemen niet iets is voor morgen of in het verleden, maar voor de verre toekomst en dat je een duizendpoot moet zijn en internet niet voorbij gaat.

Duurzame producten aan de man brengen kost tijd en vergt veel ervaring en kennis, waarbij (online) marketing vaak wordt onderschat om succesvol te kunnen concurreren via het internet. ■

Ron Böhmer  
Ondernemer

## Globe Security

## 'Familiebedrijf én MKB'er in de Achterhoek'

Het is alweer 12,5 jaar geleden wanneer Bennie Roozegaarde aan de keukentafel zijn bedrijf Globe Security opricht. Als telg uit een echte ondernemersfamilie ziet hij kansen nadat hij noodgedwongen zijn melkveehouderij mét zuivelverwerking moest sluiten. Samen met zijn dochters, Ilse en Mirjam, houden zij kantoor in een prachtig, modern pand aan de rand van Zelhem. Inmiddels is het bedrijf uitgegroeid van een evenementenbeveiligingsbedrijf (de op vier na grootste van Nederland) tot een bedrijf die alle diensten op het gebied van beveiliging aanbiedt.

Het zegt veel over het bedrijf en de familie Roozegaarde dat het interview plaatsvindt aan de bar. “Hier (de bar, red.) hebben we ook altijd overleg”, licht dochter Ilse Roozegaarde de keuze toe. “We houden van een informele manier van werken.”

## Familiebedrijf

De familie Roozegaarde is een echte ondernemersfamilie. De opa van Bennie was in de vorige eeuw agrariër, waarna eerst zijn vader en daarna Bennie zelf het stokje op een bepaald moment overnam. “En wij zullen het stokje op een gegeven moment weer van onze vader overnemen”, vertelt dochter Mirjam. “Wat dat betreft komen we uit een écht ondernemersgezin, ongeacht de branche.” Ook de basis van de huidige organisatie, Globe Security, ligt in het concept van familiebedrijf: persoonlijk contact en daarmee korte lijnen onderhouden met de klanten. Ofwel beveiliging op maat. Daarnaast wordt het concept van familiebedrijf ook letterlijk genomen, want zowel vader Bennie als zijn beide dochters zitten in de directie van het bedrijf. Dochter Ilse is vanaf het begin bij het

bedrijf betrokken, dochter Mirjam stapt op een later moment in.

Vanwege de onderwijsachtergrond van Mirjam wordt in 2006, naast Globe Security een eigen opleidingscentrum opgericht, Bronckhorst Opleidingscentrum (B.O.C). Mirjam: “B.O.C. is door ons opgericht, omdat het erg moeilijk was goed personeel te krijgen. De meeste beveiligers die bij een regulier opleidingscentrum hun diploma hebben behaald, zijn nog jong en hebben weinig levenservaring. De klanten van Globe Security verlangen veelal een beveiliging met veel levenservaring. Alle onderwijsplannen en kwaliteitsdocumenten zijn door onszelf geschreven, waardoor we maatwerk kunnen leveren. Door een persoonlijk opleidingsplan voor iemand te schrijven, kan nagenoeg iedereen de opleiding doorlopen. En dat is ook kenmerkend voor onze beveiligingstak, beveiliging op maat. We zijn een familiebedrijf en hebben een platte organisatie. Onze kracht is dat we maatwerk kunnen leveren.”

Anno 2013 is Globe Security uitgegroeid

tot een dynamische en ervaren organisatie. Sinds 2011 is er een nevenvestiging in Druten, ook in het land van Maas & Waal staat het verzorgen van beveiligingsdiensten centraal. Dagelijks spannen kantoor- en buitendienstmedewerkers, het management en meer dan honderd beveiligers zich in om voor een veilige omgeving te zorgen. Sinds 2013 bedienen zij de klanten ook met hun eigen beroepsverkeersregelaarstak: Europe Traffic Support (ETS). Hierdoor hebben we nu ook kennis in huis over het schrijven van verkeers- en mobiliteitsplannen, het inzetten van verkeersregelaars en het plaatsen van (tijdelijke) verkeersmaatregelen.”

## Beveiliging in MKB

Naast het opleiden van beveiligers of het in goede banen leiden van allerhande evenementen, beveiligt Globe Security ook MKB-bedrijven. Mirjam: “Als we kijken naar de MKB-doelgroep die wij bedienen, bieden wij totale ontzorging van de klant. Hierdoor kan de ondernemer zich bezig houden met zijn dagelijkse werkzaamheden. We doen bijvoorbeeld ook objectbeveiliging: onze kracht zit in de aangepaste vorm, een stukje



Van links naar rechts: Ilse, Bennie en Mirjam Roozegaarde, de drijvende krachten achter Globe Security.

maatwerk. Hiervoor zetten we beveiligers in, voor bepaalde momenten van de dag, denkend aan de opening- of sluitingsmomenten van een bedrijf.”

“Maatwerk is een belangrijk punt binnen het MKB”, voegt Ilse toe. “Wat voor ondernemers binnen het MKB ook belangrijk is, is een totaalconcept. Naast beveiliging bieden wij ook zaken als BHV, camerabeveiliging en opvolging en onderhoud aan de brandmeldcentrale aan. Wat is er immers makkelijker voor een MKB- ondernemer, dan alles onder één dak te hebben, met één aanspreekpunt.”

## Mooie dingen

De ontwikkelingen van Globe Security staan nooit stil. De markt is natuurlijk continu in beweging en ook de economie is de afgelopen jaren onrustig geweest. Mirjam: “Wij zijn altijd aan het kijken of we onze dienstverlening kunnen verbreden. Op die manier wed je niet op één paard en daarnaast zorg je ervoor dat er

voldoende en afwisselend werk is voor onze medewerkers. Vanuit de markt merken we dat daar positief op wordt gereageerd.”

Dit alles geeft aan hoe flexibel Globe Security te werk gaat. “Maar dat is logisch”, besluit Ilse. “Onze klanten ver-

wachten dat van ons en wij verwachten dat van ons personeel. Als je alle neuzen dezelfde kant op hebt staan, gebeuren er gewoon mooie dingen!” ■

Globe Security  
Ericaweg 22, 7021 PB Zelhem  
T: 0314-351220  
I: [www.globesecurity.nl](http://www.globesecurity.nl)  
E: [info@globesecurity.nl](mailto:info@globesecurity.nl)

Niet alleen bij Globe Security zijn ze trots op het werk wat ze doen. Ook de klanten van het Zelhemse bedrijf zijn zeer positief.

Juliëtte Hofman, directeur van DRU Cultuurfabriek: “Wij vinden de samenwerking prettig en vertrouwd, met name de directe communicatie. Globe Security is een betrouwbaar en een kwalitatief goed bedrijf met professioneel geschoold personeel. Zij zijn bekend met de cultuur en mentaliteit van de Achterhoek. Wij werken graag met een lange termijn visie en die continuïteit met Globe Security past precies in ons plaatje!”

Jan Hendriks, voorzitter Halfvasten Angerlo: “Vanaf het begin is de samenwerking erg goed. We hoeven ons als organisator geen zorgen te maken over de beveiliging. Iedereen weet wat er moet gebeuren en beveiligers treden op wanneer het nodig is. Door de inzet van de communicatiewagen stralen we professionaliteit uit. Deze staat zichtbaar bij de tent opgesteld en is het centrum voor de beveiliging. Alle stromen van communicatie komen binnen in deze centrale post.”

## Qtopia

# Kennis is ons belangrijkste gereedschap

Qtopia is een jong en innovatief bedrijf gericht op advies en ICT-oplossingen voor het onderwijs en het bedrijfsleven. Het bedrijf is opgericht door Dennis van Elk en Jan Geert Hek. Qtopia ontwikkelt software waaronder apps en helpt bedrijven met hun ICT infrastructuur. Security is daarbij een specialisme. Qtopia wil geen dozenschuiver zijn, maar een partij die –onafhankelijk van merk– meedenkt met de doelstelling van de ondernemer. Door de ruime ervaring van Hek en Van Elk in het onderwijs en het bedrijfsleven zijn zij in staat waarde toe te voegen aan de ideeën van een ondernemer.

Naast het ontwikkelen van software, kunnen Hek en Van Elk zich op het gebied van ICT ook security-specialisten noemen. Hek: “Sinds 15 jaar ben ik al betrokken bij het opzetten en onderhoud van grootschalige firewallsystemen, met alles wat daarbij komt kijken. Dennis een jaar of vijf. Op dit gebied hebben we veel kennis in huis en we hebben de overtuiging dat dit ook voor het MKB van grote meerwaarde is. Weten waar je het over hebt, dat is ons mantra. Alles valt of staat met kennis, zeker op het gebied van security.” Hek en Van Elk komen vaak situaties tegen waarbij er wordt gehandeld zonder echt veel kennis van zaken. “En wij merken dat we daar anders in kunnen zijn dan andere partijen, in vrijwel alle gevallen kunnen we zaken realiseren, die men graag wil, maar waarvan men dacht dat het niet mogelijk was.”

Hek geeft aan dat ze hebben gemerkt dat men beveiliging vaak ziet als een verpakking om het geheel heen. “Maar dat is niet zo”, haast Hek zich te zeggen. “Het

is een integraal onderdeel van je ICT-infrastructuur. Je moet het vanaf de kern van die infrastructuur naar buiten toe doortrekken. Anders loop je het risico op gaten. Security is geen sticker die je ergens opplakt.”

“Als we kijken naar de security, is een onderdeel het kijken naar ICT onderdelen die publiek beschikbaar zijn; de zogenaamde 'attack surface'. Neem bijvoorbeeld het werken in de cloud. Overal ter wereld kun je werken na inloggen met een gebruikersnaam en wachtwoord. Hackers kunnen dit ook –en supersnel-, omdat de cloudserver in het datacenter rechtstreeks op het internet aangesloten is. Ik denk niet dat veel ondernemers zich bewust zijn van de risico's. In dit soort situaties maken wij liever gebruik van VPN-tunnels, waarmee medewerkers op een veilige manier toegang kunnen krijgen. VPN-tunnels kunnen opgezet worden vanaf het bedrijf of vanaf mensen thuis. Het is naast naam en wachtwoord combinaties ook mogelijk om two-factor

authenticatie te gebruiken, waarbij je via een app op de telefoon een code krijgt waarmee je kunt inloggen. Superveilig en economisch verantwoord.”

Hek geeft nog een voorbeeld. “Denk aan het draadloze netwerk, dat rechtstreeks gekoppeld is aan het interne netwerk, waar al jaren hetzelfde wachtwoord op zit dat ook nog eens met grote letters te lezen is op het prikbord in de kantine. Hackers kunnen hier eenvoudig op inspelen door 's avonds in een busje naast het pad te verbinden met uw draadloze netwerk. Ze hebben dan al toegang tot het netwerk en ruim de tijd om gebruikersnamen en wachtwoorden te raden. Dit kan een stuk veiliger.”

Uiteraard moeten de securitymaatregelen die je neemt in verhouding staan tot het risico dat je loopt. “Voor een advocaat zal dat dus anders liggen dan voor een timmerman”, aldus Hek.

Ondanks dat Qtopia net een jaar oud is, hebben Hek en Van Elk hun handen vol. “We mogen niet klagen”, glimlacht Hek. “We merken dat de combinatie tussen software en ICT-infrastructuur prettig is. Software is over het algemeen veel werk, maar daar kun je flexibel mee omgaan. Bij ICT-infrastructuur werk je veel meer op basis van afspraken. En dat is goed te combineren.”

## Klanten

Een van de klanten van Qtopia is het eveneens Zelhemse bedrijf Globe Security. Hoe hebben de twee bedrijven

Dennis van Elk en Jan Geert Hek, directeuren van Qtopia.



elkaar gevonden? Van Elk: “Jaren geleden heb ik al eens contact met Globe gehad over het tijdelijk vervangen van een zieke ICT'er. Dat lukte toen niet, omdat ik nog ergens anders in dienst was. Recentelijk kwamen ze erachter dat wij voor onszelf zijn begonnen. En toen er begin dit een situatie was met ICT, hebben we maar meteen een afspraak gemaakt. Het begon eigenlijk met het oplossen van een enkel probleem, maar daarna was men zeer enthousiast en zo is het balletje gaan rollen. Inmiddels hebben we een groot deel van Globe's infrastructuur onder handen genomen en men is zeer tevreden.”

De wens van Globe Security was simpel: men wil overal en altijd bij de gegevens kunnen, waaronder ook live camerabeelden van vaste en mobiele camera's. Maar is dat geen hels karwei om dat te regelen voor een bedrijf dat veel met vertrouwelijke informatie werkt? Hek: “Dat valt wel mee eigenlijk.”

“Dat komt vooral ook omdat we van veel zaken de kennis al in huis hebben”, vult Van Elk aan. Hek: “Er zaten wel een paar spannende elementen in, maar verder is het gewoon standaard automatisering. Maar zoals Dennis al zegt, de kennis is in huis.

Het leukste aan dit project vind ik de bewustwording van Globe dat zij met deze nieuwe veilige technologie een voorsprong heeft op haar concurrentie. Zij kunnen nu activiteiten ondernemen waar de concurrent helemaal niet in mee kan. Prachtig! Dat is nou de meerwaarde die we willen bieden.” ■

Qtopia  
Kolstee 5  
7021 NZ Zelhem  
T: 088-7110500  
I: [www.qtopia.nl](http://www.qtopia.nl)  
E: [info@qtopia.nl](mailto:info@qtopia.nl)

## Wie wint de WK-pool? Of gaat de fiscus er misschien mee vandoor?

Het WK 2014 is spetterend begonnen. Iedereen zal zich de klinkende overwinning op Spanje nog volop kunnen herinneren. Maar of dit pool technisch gezien ook zo voordelig is? Want wie had dit nou goed voorspeld? In ieder geval niemand van de 150.000 deelnemers aan de AD-pool. Hoewel, een spanjaard is in één klap €100.000 (aan brandstofwaardebond) rijker. Hij had de uitslag namelijk wél juist voorspeld, als enige... 'Ik was zelf niet eens zo overtuigd van mijn eigen voorspelling, maar ik dacht: als Spanje verliest dan doen ze dat ook flink', aldus de Spanjaard. En het bleef leuk, want ook tegen Australië en Chili werd de winst door Oranje binnengehaald. Op het moment van schrijven van deze column staat de achtste finale tegen Mexico voor de deur. Erop of eronder dus!

De kans is groot dat u op uw werk of binnen de vrienden- of familiekring meedoet aan een voetbalpool. Vaak is het meedoen hier belangrijker dan winnen en is de inleg en de prijzenpot relatief klein. De kans dat de fiscus met de prijzenpot aan de haal gaat is dan ook niet zo groot.

Dit zijn de belangrijkste voorwaarden om de WK-pool belastingvrij te houden:

- Als er sprake is van een kleine pool zonder dat anderen mogen meespelen, zoals bijvoorbeeld een pool onder familie, vrienden, of een kleine groep collega's, dan hoeft er geen kansspelbelasting te worden betaald;
- Over prijzen met een waarde tot €454 is er geen kansspelbelasting verschuldigd.

Bij een prijs van meer dan €454 is het gehele bedrag belast met 29% kansspelbelasting. Het bedrag van €454 geldt voor het totaal van de prijzen. Je gaat er dus overheen als de winnaar €300 en de tweede en derde plaats ieder €100 krijgen. De eventueel verschuldigde kansspelbelasting kan worden ingehouden op de prijs, maar kan ook voor rekening van de organisator worden genomen.

Ik ben benieuwd of u en heel Nederland terug kan kijken op een euforisch WK en of u een WK-pool (onbelast) hebt weten te winnen!



Inge Drabbels FB MB. Belastingadviseur

Lodder-Dales Accountants en Adviseurs  
www.lodder.com



Op een prachtige plek in de Achterhoek, net buiten het sfeervolle dorpje Hengelo, bevindt zich de vergaderlocatie BuitenInzicht. Ideaal voor trainingen gericht op ontplooiing en ontwikkeling, zoals teambuilding, personal coaching, teamcoaching en mindfulness.

Koningsweg 8  
7255KR Hengelo gld  
0575-470086  
info@buiteninzicht.nl  
www.buiteninzicht.nl  
www.facebook.com/buiteninzicht



### Gejo Interpack, uw allround Co-Packaging Verpakkingsbedrijf

Gejo Interpack is een allround en flexibel CoPacking verpakkingsbedrijf. We werken landelijk voor diverse klanten. We verzorgen een breed assortiment aan dienstverlenende, adviserende en productie ondersteunende activiteiten.

Gejo Interpack beschikt over ruime werkruimtes en magazijnen. Hierdoor hebben we voldoende opslag capaciteit voor uw kort of lange lopende projecten. In overleg kunnen we op afroep uw producten leveren op de gewenste tijd en plaats van bestemming. Ons pand is gevestigd dicht bij diverse snelwegen. Daarnaast werken we met vaste transportbedrijven.

We hebben met onze transporteurs en toeleveranciers scherpe prijsafsprakengemaakt op basis van volumes en afstanden.

Gejo Interpack - Westerbroekstraat 10  
7011 EX Gaanderen Nederland - T +31 (0) 315 346261  
F +31 (0) 315 342566 - info@gejo-interpack.nl

**WWW.GEJO-INTERPACK.NL**



OOST-GELDERLAND

# GREEN & FUNTESTDAG



# Een mooie toer door de Achterhoek

We schrijven 2 juli 2014. De zomer is inmiddels al even aan de gang, en in Brazilië heeft het WK Voetbal een rustdag. De temperatuur is aangenaam en het zonnetje doet zijn best om een ieder een fijne dag te bezorgen. Dit zijn natuurlijk de ideale ingrediënten voor de Green & Funtestdag.

Op deze testdag konden de testrijders zich wederom vergapen aan een groot aanbod aan zowel groene als juist totaal géén groene auto's die door de diverse dealers ter beschikking zijn gesteld. De verschillende merken, types en uitvoeringen waren voldoende om een goede indruk te krijgen van het hedendaagse autoaanbod. Op de Green & Funtestdag was er voor alle smaken en voor iedere functie wel een auto aanwezig.



*De Zakenautotestdag werd mede mogelijk gemaakt door:*

*Locaties:*

*Villa Ruimzicht, Doetinchem  
Gelders Groenland, Barchem  
't Boshuis, Vierakker*

*Dealers:*

*Herwers Renault  
Broekhuis Oost  
Harrie Arendsen Volvo  
Auto Blij*







*Deelnemers:*

*Frank Sanders, Percura Zorggroep  
Myrna Greven, JPR Advocaten  
Rogier Moulen Janssen, JPR Advocaten  
Richard Huls, Ays Uitzenders  
Martine Broer, Ays Uitzenders  
Hans Heuff, Office Design Projectinrichters  
Mark Christiaans, Primus Optimus Communicatie  
Lotte van Antwerpen, Gejo Interpack  
Patrick Lehman, De Luifel  
Bert Wesseloo, Admoneo*



We begonnen de dag, bijna als vanzelfsprekend, bij Villa Ruimzicht in Doetinchem. Daar werden de dealers en testrijders gastvrij ontvangen met een kopje koffie en een heerlijke lunch. Uitgever Michael van Munster heette iedereen welkom en na een korte briefing en een groepsfoto, was het tijd om de auto's op te zoeken.

De eerste, zeer mooie, rit was naar Gelders Groenland in Barchem waar eigenaren Erik en Krista voor een heerlijke hapje en drankje zorgden. Dit was voor de testrijders ook de eerste gelegenheid om de testformulieren in te vullen. Gelukkig was er ook voor iedereen nog even tijd om te ontspannen en van de mooie coulisselandschappen te genieten.

De tweede locatie was 't Boshuis in Vierakker. De route van Doetinchem naar Barchem was al geweldig, maar de toer van Barchem naar Vierakker was minstens zo mooi! Evenals de locatie overigens. De familie Rietman zorgde voor een gastvrij onthaal. Genietend in het zonnetje werden de testformulieren weer ingevuld. In de tussentijd werden verwend met heerlijke zelfgemaakte hapjes. Maar toen was het helaas weer tijd om terug te rijden richting Doetinchem. Na het invullen van de laatste testverslagen, was er nog voldoende tijd voor de testrijders om de auto's uit te proberen waar ze gedurende de dag niet in hebben kunnen rijden. Hier werd dan ook gretig gebruik van gemaakt.

De geslaagde dag werd uiteindelijk afgesloten met een diner van de keukenbrigade van Villa Ruimzicht.





**HONDA**  
The Power of Dreams

# DE NIEUWE HONDA CIVIC TOURER

ULTRAZUINIG  
IN VERBRUIK  
1/26,3!



AL VANAF € 22.990,-

**B-LABEL**

ZEER RUIM  
GUNSTIGE AANSCHAFPRIJS  
ULTRAZUINIG

DE HONDA CIVIC TOURER IS VERKRIJGBAAR VANAF B-LABEL. CO<sub>2</sub>-UITSTOOT: MIN. 99 G/KM - MAX. 149 G/KM. GEMIDDELD BRANDSTOFVERBRUIK: MIN. 1 OP 26,3 KM (3,8 L/100 KM) - MAX. 1 OP 15,6 KM (6,4 L/100 KM).



Broekhuis Oost

broekhuisgroep.nl



BMW maakt  
rijden geweldig

## DE ALLEREERSTE BMW X4...

### STAAT NU BIJ BROEKHUIS OOST DOETINCHEM IN DE SHOWROOM!

De BMW X4 valt op, altijd en overal. Met zijn opvallende design verenigt hij lifestyle en performance. De combinatie van de typische kracht van de BMW X Serie en de esthetiek van een klassieke coupé maakt deze fantastische auto uniek in zijn segment. Aan de buitenkant maakt de BMW X4 indruk met de elegante daklijn van een coupé, binnenin verrast hij met een royaal interieur, hoge functionaliteit en comfort. Ontdek nu de nieuwe BMW X4 én de best denkbare service bij Broekhuis Oost Doetinchem.

GRAAG TOT ZIENS BIJ

**Broekhuis Oost Doetinchem** • Meestersstraat 22-24, 7001 HC Doetinchem • (T) 0314 - 32 63 51

**broekhuisoost.nl**

# BMW i3



**DEALER:** BROEKHUIS OOST  
**AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** CHARLES LAMERUS

Bert Wesseloo: "De BMW i3 heeft een apart vormgeving, waarmee hij duidelijk afwijkt van het straatbeeld. Het rijgedrag is zeer goed, net als het comfort en het lage geluidsniveau. De aanschafprijs is wat hoog, maar door de zeer lage onderhouds- en gebruikskosten is het zeker een goede koop."

Rogier Moulen Janssen: "Verrassend veel auto van binnen voor wat je aan de buitenkant ziet. De BMW i3 heeft veel ruimte voorin, biedt veel zicht rondom en rijdt erg goed. Voor de prijs van een gezinsauto biedt hij wel wat weinig ruimte achterin, maar

voor woon-werkverkeer is deze verhouding – de lage gebruikskosten meegewogen – goed."

Hans Heuff: "Deze auto is een openbaring. Snel, comfortabel, fraaie afwerking en een geweldige uitstraling. Hij is niet goedkoop, maar wel zeer exclusief. Het is een echte 'bij de tijdse PR auto!' Als auto voor korte afstanden en voor woon-werkverkeer tot zo'n 200 kilometer ronduit geweldig!"

## SPECIFICATIES

Merk:	BMW
Model:	i3
Type:	i3 Range Extender
Transmissie:	Automaat
Cilinderinhoud:	647 cc
Vermogen: 1	70 pk
Koppel:	250 Nm
Verbruik:	1 op 166
Acceleratie:	0 tot 100 in 7,9 seconden
Topsnelheid:	150 km/h
Uitrusting:	Comfort Pakket, parkeerassistent, snellaadpakket.
Verkoopprijs: €	€39.990,-
Leaseprijs:	Vanaf €599,-
Vanaf prijs: €	€35.500,-
Informatie:	<a href="http://www.broekhuisoost.nl">www.broekhuisoost.nl</a>





**DEALER: AUTO BLIJ**  
**AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG: AUTO BLIJ**

Lotte van Antwerpen: "Veel ruimte in deze auto, die prettig rijdt met een dieselmotor. Hij is bovendien pittig en sportiever dan verwacht. Prima auto met een comfortabel rijgenot. Ook de prijs is prima. Het is een prettige zakenauto, maar zeker gezien de geboden ruimte ook een uitstekende gezinsauto."

Myrna Greven: "Hij oogt zeer sportief, onder andere door de velgen en oranje accenten. Voor de acceptabele prijs krijg je veel opties en veel ruimte. Het navigatiescherm zou van mij wat groter mogen, maar al met al is het echt een prima auto met een heel goede prijs-kwaliteitverhouding."

Patrick Lehman: "De Seat Leon is een zeer nette auto. Overzichtelijk en duidelijk en met een ontspannen en relaxed rijgedrag. Maar toch biedt hij toch pit onder de voet. Het is een prima koop en een perfecte leasewagen."

Lars van Bergen: "Ik vind deze uitvoering van de Leon te gek. Het formaat is zeer prettig, de versnellingsbak schakelt prettig en er is voldoende vermogen om zo nu en dan eens lekker door te trekken. Daarnaast vind ik het ontwerp van de nieuwe Leon-lijn fraai om te zien. Dit is een topper hoor!"

**SPECIFICATIES**

Merk:	Seat
Model:	Leon 5-deurs
Type:	Limited II
Transmissie:	Handgeschakeld
Cilinderinhoud:	1598 cc
Vermogen:	110 pk
Koppel:	250 Nm
Verbruik:	1 op 31
Acceleratie:	0 tot 100 in 10,5 seconden
Topsnelheid:	199 km/h
Uitrusting:	Metallic lak.
Verkoopprijs: €	€25.900,-
Leaseprijs: €	€535,-
Vanaf prijs: €	€20.650,-
Informatie:	<a href="http://www.autoblij.nl">www.autoblij.nl</a>

# SEAT LEON 1.6





**DEALER:** BROEKHUIS OOST  
**AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** HANS ABERSON

Lotte van Antwerpen: "De BMW is een erg comfortabele en sportieve auto. De ruimte achterin is wat krap, maar hij biedt wel erg veel comfort en luxe. De afwerking is geweldig. Zeer geschikte auto voor wie voor de zaak veel op de weg zit."

Mark Christiaans: "Dit is een raket op wielen. De Head-Up Display doet ook letterlijk denken aan een F-16, alleen de knop voor het afwerpen van de bommen ontbreekt nog. De prestaties zijn buitenaards, net als de prijs-kwaliteitverhouding. Puur genieten!"

Myrna Greven: "Comfortabel, snel, mooi en sportief! Hij is weliswaar prijzig, maar je krijgt zeker waar voor je geld."

Martine Broer: "Zeer geslaagde auto, comfortabel, vol luxe en toch sportief met schitterende lijnen. Zelfs in de comfortstand is hij al sportief, echt een pluspunt! De prijs-kwaliteitverhouding is goed."

Rogier Moulén Janssen: "Het is een complete auto die heel veel biedt. Hij trekt daarbij heel soepel door de schakelmomenten. Als je een beest wil, dan is dit een goede auto. Ik vind de kosten wat aan de hoge kant voor wat er wordt aangeboden."

#### SPECIFICATIES

Merk:	BMW
Model:	6-serie
Type:	640i High Executive
Transmissie:	Automaat
Cilinderinhoud:	2979 cc
Vermogen:	320 pk
Koppel:	450 Nm
Verbruik:	1 op 13
Acceleratie:	0 tot 100 in 5,3 seconden
Topsnelheid:	250 km/h
Uitrusting:	High Executive.
Verkoopprijs: €	€101.995,-
Leaseprijs:	Voor leaseprijzen, neem contact op met Broekhuis Oost.
Vanaf prijs: €	€91.000,-
Informatie:	<a href="http://www.broekhuisoost.nl">www.broekhuisoost.nl</a>

## BMW 640i





**DEALER:** HERWERS RENAULT  
**AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** SJOERD ZWAAN

Frank Sanders: "Een mooie en zeer functionele auto. De prijs-kwaliteitverhouding is goed. De aanschafprijs is wat hoger, maar de besparing op de lange termijn zorgt voor de juiste balans wat dat betreft. Met name voor stadsverkeer is de auto uitermate geschikt!"

Mark Christiaans: "Schitterende auto met fraaie blauwe lampen voor en achter. Erg stil bij het rijden en ideaal voor de korte afstanden. Echt een stadsauto die bijdraagt aan de persoonlijke rust van de automobilist in het drukke stadse verkeer. Als ik 'm zou aanschaffen dan was het vanwege de luxe uitstraling in combinatie met de volmaakte stilte binnen in de auto."

Richard Huls: "Leuk model en fraaie vormgeving, zowel buiten als binnen. Je ziet niet dat het een 100% elektrisch model is, in tegenstelling tot andere merken, die met een oubollige vormgeving komen. Hij rijdt bovendien super. De Renault Zoe is zakelijk aantrekkelijk. Daarnaast klopt hij ook ergonomisch, biedt hij voldoende ruimte aan vier inzittenden en heb je ook nog voldoende kofferruimte."

#### SPECIFICATIES

Merk:	Renault
Model:	ZOE
Type:	Intense
Transmissie:	Automaat
Cilinderinhoud:	Elektrisch
Vermogen:	88 pk
Koppel:	220 Nm
Acceleratie:	0 tot 100 in 13,5 seconden
Topsnelheid:	135 km/h
Uitrusting:	Cameleon laadsysteem, R-Link multimedia.
Verkoopprijs:	€ 22.990,-
Leaseprijs:	€ 579,-
Vanaf prijs:	€ 20.990,-
Informatie:	<a href="http://www.herwers.nl">www.herwers.nl</a>

## RENAULT ZOE





# SEAT LEON ST 1.2



**DEALER:** AUTO BLIJ

**AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** AUTO BLIJ

Mark Christiaans: "Dit is de perfecte gezins-auto. Comfortabel, ruim en met een soepele motor. Alles zit erop en eraan, zonder dat je een hightech dashboard hebt. What you see is what you get. Je krijgt heel veel auto voor je geld. Je krijgt namelijk een auto waar je op kan rekenen, elke dag weer."

Richard Huls: "Deze auto is een aangename verrassing! Leuk en ruim model en met prima rijeigenschappen, een fantastisch schakelende automaat, veel opties en een strak en compleet interieur. Bijvoorbeeld zeer geschikt voor bijvoorbeeld de vertegenwoordiger die de auto oké privé rijdt."

Voor de particulier met twee kinderen en/of een hond is de auto veelzijdig, ruim en toch compact."

Georg Bulsink: "Hier kun je mee voor de dag komen. Een auto met uitstekende rijeigenschappen, een lekker strak schakelende automatische versnellingsbak en een groot bagageruim. Prijs en kwaliteit zijn bovendien goed in balans. Hij is daarnaast stil, heeft voldoende acceleratie, stuurt strak en heeft een fraaie vormgeving. Prima inzetbaar voor verschillende doeleinden."

## SPECIFICATIES

Merk:	Seat
Model:	Leon ST
Type:	1.2 TSi
Transmissie:	Automaat
Cilinderinhoud:	1197 cc
Vermogen:	110 pk
Koppel:	175 Nm
Verbruik:	1 op 20
Acceleratie:	0 tot 100 in 10,3 seconden
Topsnelheid:	191 km/h
Uitrusting:	Style Business pekket.
Verkoopprijs: €	€28.550,-
Leaseprijs: €	€525,-
Vanaf prijs: €	€21.800,-
Informatie:	<a href="http://www.autoblij.nl">www.autoblij.nl</a>





**DEALER:** HARRIE ARENDSSEN VOLVO  
**AFGEVAARDIGDE TIJDENS TESTDAG:** JAN WILLEM VOORTMAN

Lotte van Antwerpen: "De Volvo V60 Hybrid is een degelijke en nette zakenauto met comfortabele stoelen en makkelijke bediening. De bijtelling van maar 7% is natuurlijk ook top. Het is een ontzettend fijne auto met veel rijgemak voor een niet te hoge prijs."

Bert Wesseloo: "Goed, degelijk en mooi. Die woorden komen bij me op bij de Volvo V60 Hybrid. Het rijgedrag is zeer goed en hij is snel, comfortabel en representatief. De prijs vind ik wat aan de hoge kant, vooral ook in combinatie met de veranderde fiscale voordelen."

Myrna Greven: "Ik ben zeer onder de indruk van deze auto. Hij is comfortabel, veilig, zuinig in het verbruik en bovendien mooi om te zien, ook qua interieur. Hij is misschien wat aan de dure kant, maar daar krijg je dan ook wel kwaliteit voor. Ook de navigatie is erg mooi. De Volvo biedt bovendien heel veel opties en levert waar nodig ook veel power."

#### SPECIFICATIES

Merk:	Volvo
Model:	V60
Type:	D6 AWD Plug-in Hybrid
Transmissie:	Automaat
Cilinderinhoud:	2400 cc
Vermogen:	215 pk en 68 pk elektrisch
Koppel:	440 Nm en 200 Nm elektrisch
Verbruik:	1 op 55,5
Acceleratie:	0 tot 100 in 6,1 seconden
Topsnelheid:	230 km/h
Uitrusting:	Hybrid Tech Line, Driver Support Line, Security Line, Family Line.
Verkoopprijs:	€ 77.965,-
Leaseprijs:	€ 899,-
Vanaf prijs:	€ 58.995,-
Informatie:	<a href="http://www.harriarendsen.nl">www.harriarendsen.nl</a>

## VOLVO V60 D6



# 18X

Porsche Scene Live voor maar  
€60,-



**Ontvang 12 x Porsche Scene Live + 6 reeds verschenen edities voor €60,-**

Porsche Scene Live is het onafhankelijke lijfblad voor de Porsche liefhebber. Wil je een jaar lang elke maand Porsche Scene Live ontvangen en ook nog eens 6 reeds verschenen edities cadeau krijgen, ga dan naar [www.porsche-scene.nl](http://www.porsche-scene.nl), vraag een abonnement aan en vul daarbij achter je naam de actiecode 18XPSL in.

[www.porsche-scene.nl](http://www.porsche-scene.nl)

# 12X

Great British Cars voor maar  
€45,-



**Ontvang 6 x Great British Cars + 6 reeds verschenen edities voor €45,-**

Great British Cars is een onafhankelijk magazine voor de liefhebber van Engelse auto's. Wil je een jaar lang elke twee maanden Great British Cars ontvangen en ook nog eens 6 reeds verschenen edities cadeau krijgen, ga dan naar [www.greatbritishcars.nl](http://www.greatbritishcars.nl), vraag een abonnement aan en vul daarbij achter je naam de actiecode 12XGBC in.

[www.greatbritishcars.nl](http://www.greatbritishcars.nl)

# 12X

Volvodrive Magazine voor maar  
€45,-



**Ontvang 6 x Volvodrive Magazine + 6 reeds verschenen edities voor €45,-**

Volvodrive Magazine is het lijfblad voor de Volvo liefhebber. Wil je een jaar lang elke twee maanden Volvodrive Magazine ontvangen en ook nog eens 6 reeds verschenen edities cadeau krijgen, ga dan naar [www.volvodrivemagazine.nl](http://www.volvodrivemagazine.nl), vraag een abonnement aan en vul daarbij achter je naam de actiecode 12XVD in.

[www.volvodrivemagazine.nl](http://www.volvodrivemagazine.nl)

OOST-GELDERLAND

# BUSINESS®



Check de [Oost-Gelderland.nl](http://Oost-Gelderland.nl) E-Paper app voor je tablet en smartphone op [www.oostgelderlandbusiness.nl](http://www.oostgelderlandbusiness.nl)