



OOST-GELDERLAND

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE | JAARGANG 12 | NUMMER 1 | MAART 2015

BUSINESS®



Steentjes Wolters Mulder

Topadvocatuur in de Achterhoek

Nationaal

Eric Berkhof (Van Mossel Groep):
Groeien tegen de stroom in

Forum marketing en communicatie:
Transparantie en contentmarketing worden de norm

Interview VNO-NCW Midden
Het effect van een goede lobby



EEN GOED VERHAAL BOEIT.



Wij geloven dat iedere organisatie met tevreden klanten zich ergens op onderscheidt en daarmee een uniek verhaal heeft. Gebrek aan tijd, capaciteit of prioriteit zorgt ervoor dat niet iedereen met een goed verhaal in staat is om dat op een boeiende manier te vertellen. Boeiend helpt je om jouw goede verhaal op de juiste manier bij je doelgroep te brengen. Zo gaat jouw verhaal voor je werken: je wordt gevonden, je wordt herkend en je creëert verbinding.

Met diensten op het gebied van bijvoorbeeld social media, communities en webcare zorgt Boeiend voor de verbinding tussen jouw merk en mensen. Daarvoor houden we relevante informatie bij, maken we content, meten we en sturen we bij. Zo maken we onder andere teksten, beelden, infographics, animaties, games en videoproductions ten behoeve van bijvoorbeeld websites, social media, nieuwsbrieven, magazines en blogs.

Wij zijn Boeiend. En jij?

boeiend[♥]
bureau voor contentmarketing

🌐 www.ditisboeiend.nl

🐦 [@ditisboeiend](https://twitter.com/ditisboeiend)

📘 [/ditisboeiend](https://www.facebook.com/ditisboeiend)

VOORWOORD



Vertrouwde uitdaging

Voor u ligt de nieuwste editie van Oost-Gelderland Business. Aan de opzet is niet heel veel veranderd, behalve dat sinds 1 januari de verantwoordelijkheid bij een nieuwe hoofdredacteur ligt. Maar ook dat is eigenlijk niet zo'n grote verandering, aangezien ik sinds november 2008 al vaker voor Oost-Gelderland Business actief ben geweest en ik in de loop der jaren stiekem als redacteur al wel wat mensen in de regio heb leren kennen. In feite is het dus een vertrouwde uitdaging. Wel heb ik mijzelf als hoofdredacteur een doel gesteld, en wel het integreren van het fysieke magazine en onze online activiteiten. Dat betekent dus nog meer reuring op de website en op social media, maar natuurlijk blijven de leuke achtergrondartikelen in het magazine.

Om de jaargang goed te beginnen, leest u in deze editie onder andere een artikel over het boek 'Trends 2015' van trendwatcher Adjiedj Bakas waarin hij wijst op nieu-

we spelers op de markt zoals outsiders en de jonge techies die hun intrede doen. Ook zijn de verdienmodellen van bedrijven aan verandering onderhevig. Tevens besteden we aandacht aan de werkkostenregeling die bij ondernemers toch nog voor wat vraagtekens zorgt. Mocht u zelf nog leuke onderwerpen hebben, of juist missen, houd uzelf dan vooral niet in om dit te melden. U als ondernemer in de regio weet immers het beste wat u bezighoudt en waar u het liefst over leest. En bent u zelf ook niet onverdienselijk met de pen? We zoeken nog columnisten voor onze website!

Met vriendelijke groet,

Sofie Fest

Hoofdredacteur
sofie@vanmunstermedia.nl



Zakenmagazine voor de regio Oost-Gelderland

Dit zakenmagazine maakt onderdeel uit van Oost-Gelderland Business; een on/offline platform voor ondernemers uit de regio Oost-Gelderland.
www.oostgelderlandbusiness.nl

JAARGANG 12
maart 2015, editie 1

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

UITGEVER
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE
Sofie Fest

REDACTIE BIJDAGEN
Renate de Lange
Jessica Scheffer, Hans Hoof

VORMGEVING / OPMAAK
Jasper Heijmans

FOTOGRAFIE COVER
Joost Franken

DRUK
Balmedia

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
VM Sales en Support 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 verlengd tenzij de abonnee uiterlijk voor 31 oktober schriftelijk opzegt.
Abonnementsprijs per jaar 39 euro (incl. 2 vermeldingen op www.oostgelderlandbusiness.nl)

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

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

© 2015 Overname van artikelen is slechts mogelijk na verkregen schriftelijke toestemming van de uitgever

BUSINESS NATIONAAL
Landelijk katern van de regionale zakenmagazines

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

EINDREDACTIE: Hans Hajée
REDACTIEMEDEWERKERS:
William ten Brink, Arie Craanen,
Paul de Gram, Cees Louwers,
Mart Rienstra, Tony Vos

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
T 030-2512818 E ub@wxs.nl
VORMGEVING bpMedia + Design

- 6** Coverstory: Topadvocatuur in de Achterhoek
- 10** Forum marketing en communicatie:
Transparantie en contentmarketing worden de norm
- 15** Indruk Interieur Oplossingen: "Eén kans voor een eerste indruk"
- 16** Select4U: Het vinden van de juiste match
- 17** Column Lodder-Dales: Wie verzorgt uw aangifte?
- 19** DOC Opleiding & Training: Het Opleidingsgebouw krijgt vorm
- 21** Column Robert Lagendijk: Helweek
- 23** Even voorstellen: Gejo Interpack
- 26** Business Flitsen

NATIONAAL



I 'Onze jas moet passen'

Van Mossel Groep veroverd Nederland



IV Andere tijden, andere AutoRAI

Nieuw elan voor vertrouwd platform



VI Groen rijden graag, maar hoe?

'We moeten de Nederlandse bril afzetten'

- 27** Transportbedrijf Visser Duiven: Eén team, één taak, een succes!
- 28** Business Flits
- 29** Column Heilbron: Goede voornemens: volgehouden of verzuimd?
- 30** Evidence-based ontwerp: nuttig?
- 32** Bied muizen en ratten geen entree naar je bedrijfspand
- 33** 'Geef ze niet de kans om binnen te komen'
- 34** BOB Oost-Gelderland Business: Haal meer uit je netwerkbezoek
- 37** Opmerkelijk
- 38** Professionaliseren van het familiebedrijf
- 41** Business Flitsen
- 42** De nieuwe WKR: wat verandert er?
- 44** Interview VNO-NCW Midden: Het effect van een goede lobby
- 47** Achterhoek Agenda 2020: Over de grens!
- 48** Trendwatcher Adjiedj Bakas: 'Wie als ondernemer even indut, verliest'
- 50** Voor u gelezen



"Bedrijven moeten kennis en ervaringen delen, laten zien wie ze zijn."



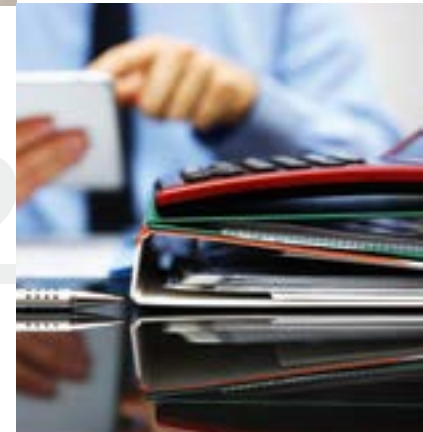
Evidence-based design is 'een concept dat het nu helemaal maakt'.

33

"De vrouw des huizes voerde de ratten met kippenvoer."



De werkgever heeft minder te maken met allerlei administratieve verplichtingen.



"Lobbyen gaat het beste als je naast je eigen achterban ook nauwe contacten onderhoudt met andere belangenpartijen."



"De succesvolle bedrijven van de toekomst zijn er op gericht om snel te leren."

48



Niek Cornelissen, Mieke Mulder, Eef Steentjes, Martine Meijer, Ramon Heinen

Gespecialiseerd en betaalbaar

Topadvocatuur in de Achterhoek

De zakelijke dienstverlening kent roerige tijden. Ook de advocatuur is vanwege de crisis en de steeds kritischer wordende klant aan sterke verandering onderhevig. SteentjesWoltersMulder Advocaten & Mediators in Lichtenvoorde heeft haar vizier al langere tijd op de toekomst gericht en plukt daar nu de vruchten van. Het kantoor biedt met gespecialiseerde advocaten en een advocaat-mediator juridisch advies en procesbijstand tegen een betaalbaar tarief.

“Over de gehele linie geldt dat consumenten en bedrijven steeds kritischer worden. Met name het MKB is niet langer bereid om hoge tarieven te betalen. Ook bestaat steeds meer behoefte aan vaste prijsafspraken.” Aan het woord is Eef Steentjes, advocaat op het gebied van insolventie- en ondernemingsrecht. “Tegelijkertijd neemt het aantal juridisch adviseurs in Nederland nog altijd toe. Dat zorgt met name voor toenemende concur-

rentie bij het minder complexe eerstelijns-werk, zoals het opstellen van een arbeidscontract en het screenen van algemene voorwaarden. Mede als een gevolg van deze ontwikkelingen staan de prijzen onder druk en zijn advocatenkantoren genoodzaakt om hun onderneming goed door te lichten en te herpositioneren.” SteentjesWoltersMulder heeft in de afgelopen jaren voor zichzelf een duidelijke koers uitgezet, waarbij de specialismes en de betaalbaarheid van hun diensten centraal staan. “We zijn het grootste advocatenkantoor in de regio Oost-Achterhoek en hebben op meerdere rechtsgebieden een specialist met veel kennis en ervaring in huis”, vertelt advocate Mieke Mulder, gespecialiseerd in het personen- en familierecht en echtscheidingsmediation. “Voor het eerstelijns-werk zijn wij nog steeds dé aangewezen deskundige doordat wij snel en efficiënt kunnen werken. Maar we houden ons steeds meer bezig met het complexere advieswerk. En wij gaan op dat onderdeel ook heel bewust de concurrentie aan met de grotere kantoren. We zijn in 2010 verhuisd naar een prachtig pand aan de Zilverlinde, aan de rand van het industrieterrein Lindebrook. Omdat wij met ‘slechts’ vijf advocaten werken, geen kantoor-, pr- of kennismanagers in dienst hebben en overigens ook lage overheadkosten hebben, zijn wij in staat om onze tarieven relatief laag te houden.” Steentjes: “We zijn continu bezig met het optimaliseren van de interne processen, zodat we kostenvoordelen ook kunnen doorgeven aan de klant. Begin dit jaar hebben wij onze tarieven structureel verlaagd naar € 199,- excl. BTW per uur. Dit scheelt toch al gauw € 50,- per uur of zelfs meer met de uurtarieven die andere (veelal grotere) kantoren rekenen. Daar komt bij dat wij niet iedere minuut noteren, dat is namelijk ook een grote ergernis van veel klanten. Het kopiëren van een

Een advocaat anno 2015 is zichtbaar in de markt en laat zich informeren over wat bij de ondernemers zelf en in de regio speelt.

brief behoor je niet in rekening te brengen. En dat scheelt alles bij elkaar toch behoorlijk. Daarnaast bieden we in overleg de mogelijkheid om bepaalde werkzaamheden tegen een vaste totaalprijs (fixed price) te verrichten. Een prijsvechter met afbraaktarieven zullen we overigens nooit worden. Het voortdurend investeren in kennis en opleiding en daarmee het bieden van de hoogste kwaliteit is voor ons cruciaal, daar mag je als specialist niet op bezuinigen. Bovendien zijn we allen lid van een specialisatievereniging. Deze stellen hoge eisen aan hun leden op het gebied van opleiding en kennis. Onze cliënten weten ons steeds vaker te vinden omdat zij hun keuzes baseren op betaalbare kwaliteit.”

Ondernemersgericht

Een modern advocatenkantoor doet er dus goed aan om net als SteentjesWoltersMulder de bedrijfsstrategie aan te passen aan de ontwikkelingen in de branche. Mulder: “Ons bedrijf is altijd een commercieel kantoor geweest dat bovenal ondernemersgericht is. Richting cliënten zul je pro-actief moeten handelen en goed moeten nadenken over waar jouw cliënt behoefte aan heeft. Je wordt in feite een zakenpartner, een adviseur die het bedrijf van de cliënt en diens

medewerkers goed kent.” Steentjes: “Het voordeel van de specialisatie op een aantal rechtsgebieden is ook dat we allen in de loop der jaren veel inzicht in verschillende sectoren hebben ontwikkeld. Onze cliënten merken dat we weten wat er in hun wereld speelt. Het stimuleert ons ook om oplossingsgericht te denken en te werken. Wanneer een cliënt een probleem heeft dat meerdere rechtsgebieden raakt, laten we één of meerdere collega’s aanschuiven zonder dat er voor deze denktank ook extra kosten worden gerekend. Zo bied je een goed, compleet en betaalbaar advies.”

Moderne advocaat

Om de banden met de cliënten verder aan te halen, organiseert SteentjesWoltersMulder regelmatig informatiebijeenkomsten, zoals de zogenoemde najaarssessies over arbeidsrecht die het afgelopen jaar op het programma stonden. Ook vindt er voor vaste relaties, zoals accountants en administratiekantoren, één of twee keer per jaar een informele themabijeenkomst plaats en wordt er één keer in de twee maanden een digitale nieuwsbrief verstuurd. Mulder: “Ondernemers met korte vragen kunnen telefonisch contact met ons opnemen, een bezoek brengen aan ons wekelijkse ondernemersspreekuur of gebruik maken van de dienst Eerste Hulp Bij Arbeidszaken. Deze diensten zijn voor iedereen vrij toegankelijk en bieden een eerste kosteloos advies om de klant op weg te helpen.” Zelf bezoeken de advocaten van SteentjesWoltersMulder diverse netwerkevenementen.

Steentjes: “Een advocaat anno 2015 is zichtbaar in de markt en laat zich informeren over wat bij de ondernemers zelf en in de regio speelt. De huidige markt maakt dat advocaten niet zoals vroeger, ▲



Wij verzorgen uw relatiegeschenken van A tot Z

- keuze uit het beste wijnessortiment van NL
- meer dan 800 zelf geïmporteerde wijnen
- persoonlijk advies
- uitgebreide wijninformatie
- uw eigen logo toevoegen
- luxe geschenkverpakkingen
- bezorging in binnen- en buitenland

Wijnhandel Schoemaker

Veldstraat 13, 7071 CA Ulf, Tel.: 0315 - 681431
info@wijnhandel-schoemaker.nl - www.wijnhandel-schoemaker.nl



Incasso:

- Buitengerechtelijk: PLS Incasso zorgt na het overschrijden van de betalingstermijn voor het incasseren van uw nota, middels no-cure-no-pay
- Deurwaarder: indien het buitengerechtelijke traject niet werkt kunnen we overgaan tot
- Informatie: via diverse kanalen kunnen wij u die informatie bezorgen die van belang is voor het innen van de nota, door uzelf of door ons. Vraag naar de voorwaarden en kosten.
- Debt Purchase: wij nemen uw vordering over. Maatwerk waarbij u direct beschikt over (een deel van de) opbrengst en wij het

verdere traject volledig voor onze rekening en risico incasseren.

- Ook incasso in het buitenland. In diverse landen kunnen wij u een maatwerk traject aanbieden.

Debiteurenbeheer:

Wij nemen op basis van detachering een deel van uw administratie uit handen. Waar nodig geven we advies om het anders in te richten en zullen wij actief en correct zorgen voor een kortere betalingstermijn van uw debiteuren. Waar nodig maken we betalingsafspraken en zorgen we dat deze nagekomen worden. Debiteurenbeheer van PLS Incasso levert u meer rendement.



Edisonstraat 86
7006 RE Doetinchem
Postbus 828
7000 AV Doetinchem
T. +31(0)314 - 34 32 34
F. +31(0)314 - 33 36 68
E. info@pls-incasso.nl
I. www.pls-incasso.nl

Wordt geregeld



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



AUTOSCHADE GELDERLAND

Doetinchem:

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

Spankeren:

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

Lichtenvoorde:

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

Zutphen:

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

WWW.AUTOSCHADEGELDERLAND.NL



DE VIJF ADVOCATEN VAN STEENTJESWOLTERS MULDER

Ramon Heinen

Buigt zich binnen het kantoor over kwesties die te maken hebben met overeenkomsten/algemene voorwaarden, incassozaken en handelsrecht, aansprakelijkheidsrecht en strafrecht.

Niek Cornelissen

Sinds 1 januari van dit jaar werkzaam bij SteentjesWoltersMulder. Hij is specialist op het gebied van het huurrecht. Daarnaast vormt hij samen met Eef Steentjes een sterk adviesteam op het gebied van het ondernemings- en insolventierecht. Hij is lid van INSOLAD (Vereniging van Insolventierecht Advocaten).

Mieke Mulder

'Superspecialist' op het gebied van het personen- en familierecht. Daarnaast is zij geregistreerd familiemediator en als zodanig ingeschreven in het kwaliteitsregister van de Mediatorsfederatie Nederland (MfN). Mulder is aangesloten bij de vereniging van Familierecht Advocaten (vFAS) en de Vereniging van Collaborative Professionals (VWCP).

Eef Steentjes

Gespecialiseerd in de rechtsgebieden ondernemings- en insolventierecht. Ook wordt hij vaak benoemd tot curator. Steentjes is lid van INSOLAD (Vereniging van Insolventierecht Advocaten) en VIA (Vereniging van Incasso en Proces Advocaten).

Martine Meijer

Specialist arbeidsrecht. Zij is lid van de VAAN (Vereniging Arbeidsrecht Advocaten Nederland) en VJAA (Vereniging Jonge Arbeidsrecht Advocaten).

als notabelen in een ivoren toren, achterover kunnen leunen totdat cliënten zich spontaan melden. Dat moet je stimuleren en afdwingen door de boer op te gaan, aanwezig te zijn bij netwerkbijeenkomsten, lid te zijn van belangenorganisaties en serviceclubs en anderszins tussen de

ondernemers te staan. Ook gaan we met de tijd mee. We communiceren vergeleken met enkele jaren geleden steeds meer per e-mail en smartphone, waardoor onze organisatie flexibel en goed bereikbaar is." "Bovendien wonen we allemaal zelf in de regio en is de sfeer binnen ons kan-

toor informeel en laagdrempelig. We zijn een echt gemoedelijk Achterhoeks advocatenkantoor. En een kantoor dat een heldere visie heeft. Niet ingeslapen maar klaar voor de toekomst", aldus Mulder. ■

■ www.steentjeswoltersmulder.nl

Transparantie en content-marketing worden de norm

Jezelf profileren in diverse media is voor bedrijven van levensbelang. Als je jezelf niet laat zien, blijven de klanten weg. Het is voor bedrijven dus zaak om precies te weten hoe, waar en wanneer ze naar buiten moeten treden om hun doelgroep te bereiken. Oost-Gelderland Business nodigde een aantal communicatie-experts uit bij Hart van Doetinchem om over dit onderwerp te discussiëren.

De eerste stelling gaat over transparantie. Klanten krijgen steeds meer behoefte aan informatie over bedrijven waar zij zaken mee (zouden kunnen) doen. Er is een sterke behoefte om ondernemingen te kunnen toetsen aan hun eigen normen en waarden. Bedrijven moeten hier op inspringen door transparanter te communiceren en te ondernemen. Paul Eggink is van mening dat dit een basisvoorwaarde is voor een bedrijf. “Transparantie is geen tool, want dan geef je de implicatie dat je het zelf zou kunnen sturen. Consumenten hebben juist behoefte aan transparantie, dus het is inmiddels een vereiste geworden.” “Toch wordt het nu nog vaak als tool gebruikt en zijn bedrijven vooral bezig met roepen dat ze transparant zijn. Gelukkig zie je wel dat het steeds meer een intrinsieke waarde van een bedrijf begint te worden”, zegt Dennis Hoftijzer.

Overigens waarschuwen de aanwezige specialisten ervoor dat transparantie niet iets dat door elk bedrijf op dezelfde wijze moet worden opgepakt. Hoftijzer: “Hoe transparant een bedrijf kan of wil zijn, is

sterk afhankelijk van het soort bedrijf. Transparantie kan soms namelijk ook tegen je werken als je te veel laat zien, bijvoorbeeld bij bedrijven in de maak- of foodindustrie. Je kunt ook té veel laten zien.” René Teloh knikt: “Het heeft met verschillende factoren te maken zoals de doelgroep, het type bedrijf en de bedrijfsactiviteiten. Dat bepaalt wat je wel of juist niet zou moeten communiceren.” “En als je uiteindelijk wel kiest voor transparantie, dan is het essentieel om dit te koppelen aan authenticiteit en relevantie”, vult Marco Geurink aan. “Je moet iets vertellen waar jouw doelgroep ook echt iets aan heeft. Ik merk in onze branche dat we juist transparanter zijn gaan

werken. Wij moeten het ook hebben van de verhalen van mensen. Maar dat kan voor een productiebedrijf juist weer heel anders liggen.” De aanwezigen zijn het met elkaar eens dat er tegenwoordig veel waarde wordt gehecht aan authenticiteit. Dat heeft vanzelfsprekend ook invloed op de wijze waarop merken zich profileren. “Ik ben zelf met veel klanten deze discussie aangegaan”, knikt Geurink. “Ook zij moeten kennis en ervaringen delen, laten zien wie ze zijn. De klanten die dit doen, zien de effecten terug in de hogere bezoekerscijfers op hun website en een stijgend aantal aanvragen. De transparantie en intrinsieke authenticiteit draagt dus bij aan het succes, maar je moet natuurlijk ook wel rekening houden met je concurrenten die hetzelfde kunnen gaan doen.”

Transparante prijzen

De vraag rijst of die transparantie ook doorwerkt in de prijzen die de aanwezigen vragen voor hun diensten. Teloh: “Op de ene klus lever je in, de andere klus levert winst op. Ik werk met een urentarief, maar klanten kunnen te allen tijden de urenlijst inzien. Verder doen we veel op basis van nacalculatie. Mijn ervaring is dat je als communicatiebureau best

DE STELLINGEN

- Transparantie wordt de belangrijkste tool.
- E-mailmarketing blijft in 2015 het beste digitale kanaal.
- Met het bieden van content bereik je meer dan het schreeuwen van een vage boodschap.
- De samenwerking in onverwachte hoeken zoeken, zorgt voor de beste resultaten.



Paul Eggink, René Teloh, Dennis Hoftijzer, Marco Geurink

DE DEELNEMERS

Paul Eggink

Profilers Communicatie

René Teloh

Qlant Imago & Ontwerp

Dennis Hoftijzer

Frappant, bureau voor spetterende communicatie

Marco Geurink

Frontis fullservice internetbureau

winst mag maken, als je het proces maar uitlegt. De klanten die bij je passen zijn bereid om te betalen.” Ook Hoftijzer is daar heel transparant in. “Onze grootste klanten betalen op basis van op nacalculatie. Per werksoort hebben we verschillende tarieven, maar we werken voor sommige werkzaamheden ook met een vaste prijs. Het heeft uiteindelijk toch te maken met vertrouwen. Je hoeft een klant maar één keer te tillen en hij komt niet meer terug.” Geurink: “Er zit ook een groot verschil in werkzaamheden. Voor de basisactiviteiten zou je eventueel een concurrerend tarief kunnen vragen, maar aan het specialistische werk waarvoor creativiteit en zware technische kennis nodig

zijn, gaat een prijskaartje hangen.” Hoftijzer: “Aan de intellectuele waarde van creativiteit of strategie hoeft je ook geen uren te plakken, dat heeft nu eenmaal een bepaalde waarde. Als een klant niet bereid is om voor deze expertise te betalen heb ik óf mijn toegevoegde waarde niet goed gecommuniceerd, óf heeft de klant het geld er niet voor over.” “Het is en blijft de boodschap om dicht bij jezelf te blijven. Dan sta je ook zelf volledig achter je product en je prijzen”, concludeert Geurink.

People’s business

Die tactiek blijkt te werken, aangezien de klanten van de aanwezigen niet massaal

naar de concurrent lopen. Eggink: “Het blijft uiteindelijk people’s business. En omdat in mijn optiek die transparantie bij ons in de branche al aanwezig is, kan je heel open met zakenrelaties omgaan waardoor de band verder wordt versterkt.” “Die openheid gaat twee kanten op”, zegt Teloh. “Als een klant aangeeft dat hij elders een betere deal kan krijgen, ga ik graag de dialoog aan. Vaak zit er uiteindelijk toch wel verschil in het maatwerk, de langetermijnvisie en wat de klant uiteindelijk krijgt. En het houdt mij ook scherp.” Geurink: “Hetzelfde geldt voor de transparantie vanuit onze klanten. Uiteindelijk komt het toch weer neer op die authenticiteit. Consumenten hebben

Het grote voordeel van deze tactiek is dat deze e-mails dankzij het intensieve gebruik van de smartphone ook snel onder de aandacht van de geadresseerden komen.

snel in de gaten dat ze bedonderd worden en kunnen dit in no time kenbaar maken via social media.” Dit wordt nog verder versterkt door de internetrevolutie waardoor online bijna alles is te vinden, te toetsen en te vergelijken. Teloh plaatst echter wel wat vraagtekens bij beweegredenen van de consument. “Want uiteindelijk kiezen we allemaal voor onszelf. Als een producent besluit om transparanter te gaan werken en betere grondstoffen te gaan gebruiken wat uiteindelijk resulteert in een duurder product, gaan consumenten weer op zoek naar een goedkoper alternatief. Men wil wel openheid en transparantie maar snelheid, prijs en

gemak worden ook steeds belangrijker.” Eggink denkt dat transparantie uiteindelijk zal zegevieren. “Hoe verder deze ontwikkeling voortschrijdt, des te minder men inferieure producten en werkwijzen accepteert. Een auto was heel lang een statussymbool geweest, terwijl dit nu door de afnemende behoefte tot verplaatsing - mede dankzij social media - meer en meer wordt gezien als gebruiksvoorwerp. Door de toenemende transparantie pikken veel consumenten dingen niet meer.”

Digitaal

E-mailmarketing staat centraal bij stelling nummer twee. Het grote voordeel van deze tactiek is dat deze e-mails dankzij het intensieve gebruik van de smartphone ook snel onder de aandacht van de geadresseerden komen. Is deze vorm van marketing volgens de aanwezigen het beste digitale communicatiekanaal in 2015? Volgens hen hangt dit sterk af van het bedrijf, het te bereiken doel en de vraag welk instrument de meeste kans op succes biedt. Hoftijzer waarschuwt dat de inzet van e-mail marketing wel heel nauw luistert, “want anders gaat irritatie de hoofdrol spelen en dan ga je aan je doel voorbij.” Geurink geeft een voorbeeld van een geslaagde toepassing van e-mail marketing. “Het is bewezen dat in bepaalde stappen in de customer journey e-mail marketing heel geschikt is. Dit geldt met

name bij retentie en herhaalaankopen wanneer je al contact met de klanten hebt gehad en je ze opnieuw wilt benaderen. Je bereikt dan direct je doelgroep benaderen en meten wat het effect van e-mail marketing is. Maar het is inderdaad wel de kunst om goed in te schatten wanneer je e-mail marketing inschakelt.” Teloh vindt de campagne van Coolblue een goed voorbeeld van een geslaagde toepassing van email marketing. “Van webshop tot bevestiging en aftersales; alle stappen kloppen. Bovendien worden ze ook heel goed gevonden op internet. Maar dit is ook een voorbeeld van e-mail marketing nadat een persoon al klant is geworden.”

Content is leidend

Steeds meer bedrijven gaan aan de slag met contentmarketing en bieden relevante informatie die mogelijk interessant kan zijn voor klanten waarbij het product en niet het bedrijf centraal staat. De aanwezigen zijn het er unaniem mee eens dat het bieden van waardevolle content zeker effectiever is dan het schreeuwen van een vage boodschap. Hoftijzer: “Bij business to business werkt storytelling; het delen van kennis en een goed verhaal vertellen over wie je bent. Als bedrijf moet je zorgen dat men via je kennis bij jouw bedrijf terecht komt. Door contentmarketing goed in te zetten, wordt je website uiteindelijk bewust bezocht door mogelijke

klanten. Steeds meer bedrijven hebben gelukkig door dat dit heel goed werkt en in veel sectoren begint het al gemeengoed te worden.” “Je mag daarbij het allerbelangrijkste aspect niet vergeten”, zegt Eggink, “en dat is de vraag hoe je iemand emotioneel kan raken. Dat is de grootste uitdaging voor zowel een bedrijf als de communicatiespecialisten.”

“Maar als je daar dan in slaagt, zie je het effect van een dergelijke campagne ook in de cijfers terug”, zegt Geurink. “Mensen zijn op zoek naar informatie over een bepaald product en hoe ze dit moeten gebruiken. Dat soort vragen staat bovenaan bij de zoekopdrachten. Bedrijven zien in dat je mensen moet helpen met het vinden van de weg in het immer groeiende informatielandschap. Wanneer je dit nog verder ondersteunt met Youtube-filmpjes zit je zoekmachine-technisch helemaal goed.”

Teloh waarschuwt dat een bedrijf wel ingericht moet zijn op de effecten van contentmarketing op dit directe doel. “Het is belangrijk dat je je interne processen hierop laat aansluiten. Hoe gaan je verkopers te werk? Hoe wordt er genetwerkt? Kan je tien nieuwe aanvragen intern verwerken en correct afhandelen? Mede daarom kijken wij met de klant wel altijd

mee of de interne bedrijfsprocessen zijn ingericht op de vervolgstap.”

Krachten bundelen

Bij stelling nummer vier staat samenwerken centraal. Het bundelen van krachten, informatie en nieuwe technologieën maakt de communicatiebranche meer toekomstbestendig. Hoe denken de deelnemers hier over? Hoftijzer: “Het vak vraagt om veel vernieuwing maar heel innovatief is de branche eigenlijk niet geweest. Er zijn weliswaar kanalen bijgekomen maar het vak zelf is niet veranderd. Ik vind het een algemeen goed om nog meer onverwachte samenwerkingsverbanden aan te gaan en bijvoorbeeld als creatieve denktank te worden ingehuurd.” Geurink ziet er wel heil in. “Ieder heeft zijn eigen expertise. Bovendien leent de regio zich er ook voor. Hier zitten niet heel veel grote partijen. Bijvoorbeeld door verticaal in de keten te gaan samenwerken op bureauniveau kun je meerwaarde bieden voor je opdrachtgever en je onderscheiden van de concurrentie.” Out-of-the-box denken, ook op het gebied van samenwerkingen, kan dus wellicht ook voor de veranderende communicatiebranche heel verfrissend werken. ■

TIPS VOOR DE MKB-ONDERNEMER

- Zorg voor een heldere en scherpe profilering. Denk in klantvoordelen door 'waardoor' achter je beloften te plakken.
- Stem al je communicatiemiddelen en -kanalen goed op elkaar af, zodat ze elkaar versterken.
- Houd je kanalen goed bij. Je weet nooit wanneer de oriënterende potentiële klant voorbijkomt op je site, je LinkedIn-pagina of je zakelijke Facebook.
- Door dicht bij je jezelf/je bedrijf te blijven, zorg je dat je boodschap het best overkomt. Laat je bedrijf en je medewerkers zien.
- Internet zorgt voor de vierde industriële revolutie: zorg ervoor dat je optimaal online aanwezig bent en maak van online marketing een prioriteit.
- Een actuele visie op de markt(ontwikkelingen) en op de eigen missie en ambitie is essentieel om in deze complexe tijd aan nieuwe klanten te komen.
- Zorg voor een geloofwaardige en duurzame merkbelofte. Deze bestaat uit een duidelijke positie, visie, missie en ambitie.
- Denk niet altijd te moeilijk of buiten jezelf. Wees jezelf en je krijgt een authentiek verhaal.
- Ga mee in de nieuwe manieren van communiceren en het bereiken van je doelgroep. Kies hiervoor wel weer middelen die bij jezelf of je bedrijf passen.
- Blijf keuzes maken en richting bepalen. Hierdoor schiet je minder met hagel en werk je efficiënt aan het binden of vinden van klanten.



THO

NIEUW GEBRUIKT

KANTOOR MEUBILAIR MAGAZIJN INRICHTING

TERBORGSE HANDELSONDERNEMING



Bezoekt u een van onze showrooms? Of shopt u liever online?

WWW.TERBORGSE.NL

INFO@TERBORGSE.NL

De THO, ook voor uw organisatie:

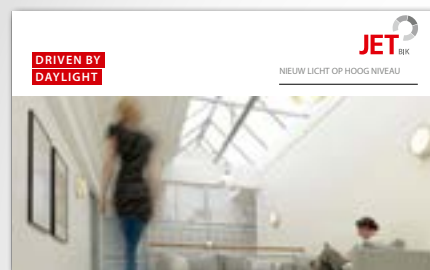
- Een enorme keuze / voorraad
- Drie gigantische showrooms
- 24/7 online shop
- Korte lijnen, snelle leveringen
- Advies (ook ergonomisch)
- Garantie, óók op zo goed als nieuwe inrichtingen
- No-nonsense, servicegericht
- Renovatie van bestaande inrichtingen
- Huurmogelijkheden
- Eigen transport/bezorgservice
- Eigen montageservice
- Eigen reparatieservice
- Eigen stoffeerderij
- Een MVO partner

► **Terborg**, Ettensestraat 19, 7061 AA, Terborg, telefoon: 0315-325523

► **Huissen**, Nijverheidsstraat 3, 6851 EJ, Huissen, telefoon: 026-3616843

► **Apeldoorn**, Lange Amerikaweg 81, 7332 BP, Apeldoorn, telefoon: 055-5400133

Een greep uit onze visitekaartjes



Creativiteit, persoonlijk contact en een vlekkeloze projectorganisatie zorgen voor werk dat werkt. Ook zo'n 'visitekaartje'?

Bel 0314 368 200 en maak een vrijblijvende afspraak. Zo werkt het!



www.profilers.nl info@profilers.nl

Profilers



“Eén kans voor een eerste indruk”

Zes jaar geleden richtte Martin Groenewege Tachup in Doetinchem op. Dit bedrijf levert print-, interieur- en signconcepten voor diverse bedrijven. Inmiddels heeft Groenewege een flink netwerk opgebouwd, uiteenlopend van interieurontwerpers tot toeleveranciers van kantoormeubilair en kunstenaars. Met zijn nieuwe bedrijf Indruk wil hij als inrichtingsadviseur dit netwerk ter beschikking stellen aan bedrijven die één adres zoeken voor de totale inrichting van hun bedrijf.



“Met Tachup zorg ik door middel van printen voor een echte beleving.” Aan het woord is Martin Groenewege in wiens carrière de printindustrie een rode draad vormt. “Alles wat je in je interieur nodig kan hebben, kan bij Tachup op glas, dozen, sanitaire wanden, lampenkappen, panelen en andere dragers worden geprint. Maar ook de bedrukking van buitenpanelen, vlaggen en andere vormen van signing kan hier geheel naar wens worden verzorgd.” Groenewege maakt hiervoor gebruik van een compleet team dat zorg draagt voor het gehele proces, van ontwerp en technische invulling tot productie en montage.

Compleet verhaal

In de afgelopen zes jaar dat Groenewege voor Tachup actief is geweest, stond het bieden van een creatieve en flexibele oplossing voor zijn klanten centraal. Hiervoor heeft hij een groot netwerk van onder andere interieurontwerpers, stylisten

en leveranciers opgebouwd. Voor Groenewege was het dan ook een logische stap om de kennis en kunde binnen dit netwerk te bundelen en ter beschikking te stellen via het bedrijf Indruk. “Binnen Indruk fungeer ik als centraal aanspreekpunt binnen het brede team van stylisten, interieurontwerpers, producenten, kunstenaars en toeleveranciers afkomstig uit mijn netwerk. Op die manier kan ik klanten advies op maat geven om beleving en kleur in een interieur aan te brengen en te toetsen of een bedrijf de juiste uitstraling heeft.” De toegang tot een netwerk van gerenommeerde bedrijven biedt volgens Groenewege veel voordelen. “Een leverancier die van een klant de opdracht krijgt om een bedrijfsruimte zoals een kantoor of horecagelegenheid in te richten, heeft in feite meer nodig dan enkel een partij die het meubilair kan leveren. Een goede inrichting, met verfraaiing in de vorm van bijvoorbeeld bijzondere kunstobjecten, is net zo belangrijk voor het creëren van een goede uitstraling richting

de klanten en een prettige werkomgeving voor het personeel. Klanten verlangen steeds meer van bedrijven. Je moet een compleet verhaal bieden waar de klant zich in kan herkennen. Doordat ik via mijn netwerk weet wat er vanuit de markt mogelijk is, kan ik voor elke klant in overleg een inrichting op maat ontwikkelen. Bovendien zijn de lijnen met de benodigde partijen heel erg kort.”

Eerste indruk

Uiteindelijk zal er dit jaar ook een showroom worden geopend waarbij alle partners met hun producten en diensten zijn vertegenwoordigd. “Zo ontstaat er een fysiek adres voor advies, ontwerp, inrichting en levering op het gebied van bedrijfsinrichting. Want wat voor mijn klanten geldt, geldt ook voor mijn netwerk en voor mijzelf; je krijgt maar één keer de kans om een eerste indruk te maken.” ■

■ www.indrukinterieur.nl | www.tachup.nl

We ♥ PrintMedia



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

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



Het vinden van de juiste match

Maarten Wolvetang en Petra Massop, beiden al jaren actief in de uitzendbranche, zijn de gezichten achter uitzendorganisatie Select4U. Met vestigingen in Ulft en Dinxperlo en een werkgebied van Winterswijk tot en met Arnhem, richten zij zich op de techniek- en industriesector.

“Wij zijn een bureau met korte lijnen en in noodgevallen ook na kantoor tijd bereikbaar”, vertelt Wolvetang. “Betrokkenheid, resultaat- en mensgerichtheid en openheid zijn namelijk steekwoorden die onze werkwijze typeren.” “We bemiddelen op alle niveaus betreffende de vraag naar personeel, zowel voor op de werkvloer als op kantoor”, vervolgt Massop. “Onze ambitie is samen met onze opdrachtgever telkens weer de juiste match te vinden. Wij streven naar maatwerk tussen opdrachtgever en kandidaat van waaruit een langdurige overeenkomst kan voortvloeien.” Wolvetang: “Door intensief contact te onderhouden met beide partijen zijn wij in staat ons te onderscheiden. De perfecte selectie begint tenslotte bij het verkrijgen en verstrekken van de juiste informatie zodat wij vervolgens onze deskundigheid en ruime werkervaring in de uitzendbranche hier op toe kunnen passen. Wij zijn op zoek naar partners die dezelfde denkwijze hebben en net als wij gaan voor kwaliteit, openheid en persoonlijke betrokkenheid.” “Wij willen als intermediair iedereen zo goed mogelijk van dienst zijn. We willen een persoonlijk, open, eerlijk, integer contact en voor de lange termijn vraag en aanbod bij elkaar brengen. Select4U onderscheidt zich dan ook door een persoonlijke benadering waarbij de mens centraal staat. Wij gaan graag de uitdaging aan met opdrachtgevers om onze woorden in daden om te zetten”, aldus Massop.

■ www.select4u.nl

Wie verzorgt uw aangifte?



Inge Drabbels
FB MB. Belastingadviseur
www.lodder.com

Het invullen van de jaarlijkse aangifte is niet ieders hobby. De eerste jaaropgaven 2014 zullen wellicht al bij u binnen druppelen.

Gelukkig voor u zijn er personen die hier hun beroep van hebben gemaakt, zodat u wellicht het samenstellen van uw aangifte uitbesteedt. Vooral als u winst uit onderneming geniet, bij de aan- en verkoop van een woning, bij het uitelkaar gaan van fiscale partners of bij het bereiken van de AOW-gerechtigde leeftijd kan dit een aanrader zijn. U zult dan ook meelopen in de uitstelregeling. Uw accountant krijgt dan een jaar langer de tijd, in dit geval tot 1 mei 2016 om de aangifte inkomstenbelasting 2014 te verzorgen.

Ook de belastingdienst probeert het de laatste jaren ‘makkelijker’ te maken. Vanaf 1 maart is het mogelijk om de voor ingevulde aangifte te downloaden. Hierin zijn een aantal gegevens zoals uw NAW-gegevens, looninkomsten, hypotheekrente en de saldo's op uw betaalen spaarrekeningen alvast ingevuld. U moet deze gegevens altijd controleren en zo nodig verbeteren of aanvullen. Voor de aangifte 2014 krijgt u dit jaar

een deel van de winst te reserveren aan de oudedagsreserve. Belangrijk detail: in de toekomst bent u hierover alsnog inkomstenbelasting verschuldigd! Binnenkort zult u ook weer de nieuwe WOZ-beschikking 2015 ontvangen. De hierop vermelde waarde is naast de OZB ook van belang voor het bepalen van het eigenwoningforfait in 2015. Deze bijtelling bij het inkomen van eigenwoningbezitters bedraagt meestal 0,70% van de WOZ-waarde. Gelet op de woningmarkt zal de beschikking doorgaans niet hoger (moeten) zijn dan die van 2014.

Maak tijdig bezwaar (binnen 6 weken) als u denkt dat uw WOZ-beschikking te hoog is. Op de site van de gemeente kunt u eventueel het taxatieverslag van uw woning bekijken.

Dit zijn zomaar wat aandachtspunten die het vast niet leuker, maar misschien wel weer iets makkelijker voor u maken. ■

één maand langer, ofwel tot 1 mei 2015 de tijd.

Kunt u verder nog ergens op letten?

Als u winst uit onderneming geniet en aan het urencriterium voldoet (minimaal 1225 uur besteedt aan uw onderneming) kunt u de ondernemersaftrek toepassen, waaronder de zelfstandigenaftrek. Met de MKB-winstvrijstelling krijgt u nog een aftrek van 14% van de winst. Eventueel kunt u belastingheffing uitstellen door

Lodder-Dales Accountants en Adviseurs



HULSHOF
KANTOOR SPECIALISTEN

www.hulshof-kantoorspecialisten.nl - Lichtenvoorde

kantoortekenen | kantoormachines | kantoormeubelen | projectinrichting



SCHMITZ BOOMS
GERECHTSDEURWAARDERS & INCASSO

Hier gevestigd op
www.schmitzbooms.nl

Schmitz Booms Gerechtsdeurwaarders en Incasso,
de kortste weg tussen crediteur en debiteur.

**HET VOORDEEL
VAN BLIND
ZIJN?**

Help blinden en slechtzienden zo zelfstandig mogelijk te leven.

'Ik kan lezen in het donker!'
- Esther, 15 jr, blind

DONEER VIA STEUNBARTIMEUS.NL

bartiméus sonneheerdt
VERENIGING

CBF
VOOR
GOEDE DOELEN

SELECT 4 U

MAATWERK IN PERSONEEL

Uw partner in technisch personeel gevestigd in Ulft en Dinxperlo.
Zoekt u technisch werk? Of zoekt u technisch personeel?
Bel gerust voor een afspraak.

www.select4u.nl
info@select4u.nl
0315 - 20 01 02



Het Opleidingsgebouw krijgt vorm

Op vrijdag 20 maart is DOC Opleiding & Training verhuisd. Ze verlaten hun stek op de Frielinkstraat 1-02 en gaan naar het Opleidingsgebouw, Gildenstraat 27 in Doetinchem.

de jaren heen is DOC uitgegroeid tot een kenniscentrum met meer dan 150 opleidingen, cursussen en trainingen; van management tot automatisering, van techniek tot zorg, van secretariaat tot financieel.

Het Opleidingsgebouw is een nieuw initiatief voor de regio. Vijf opleiders bieden een breed palet aan opleidingen en trainingen aan. Die partners zijn Bouwmensen, Evolon, DOC Opleiding & Training, XL10 Training | Opleiding en Interieuracademie. Samen bieden deze opleiders dag- en avondopleidingen aan in de vorm van open inschrijving en maatwerktrajecten. Ze beschikken over goed ingerichte lokalen met moderne digitale hulpmiddelen. Bij het gebouw zijn voldoende parkeermogelijkheden en de bereikbaarheid via openbaar vervoer en vanaf de snelweg is prima.

jonge mensen op tot volwaardige vakmensen, die na hun opleiding direct kunnen meedraaien in een bouwproject. Bij Bouwmensen gaan leerlingen niet alleen naar school; ze werken ook veel mee in de praktijk. Een unieke combinatie van leren en werken, die leerlingen optimaal klaarstoomt voor het echte werk.

- **Evolon** biedt oplossingsgerichte cursussen en trainingen aan waar zowel bedrijf als werknemer hun wederzijdse voordeel mee kunnen doen.

- **DOC Opleiding & Training** verzorgt al zestig jaar opleidingen en trainingen voor de meest uiteenlopende beroepen. Door

- **Interieuracademie** biedt een breed scala aan opleidingen op het gebied van Design & Styling. Op 11 locaties in het hele land verzorgt DOC onder deze naam opleidingen op gebied van Design en Styling.

Of het nu gaat om training, coaching, assessments of e-learning, alles wat XL10 Training | Opleiding doet is gericht op het behalen van de door jou gestelde doelen! ■

■ www.doc.nl | www.interieuracademie.nl
www.xl10.nl | www.opleidingsgebouw.nl

DOC Opleiding & Training

1985 30 jaar 2015

Dienstverleners in ICT.

Automatiseringsoplossingen voor het midden- en klein bedrijf.

www.passoft.nl
0314 - 34 51 98

Ook voor Unit4 kunnen wij uw Dienstverlener zijn!



Gerben Wardenier van Abascilje stelt de vraag: In de steek gelaten door “uw” bank?



Als ondernemer kunt u behoefte krijgen aan financiering. Om te investeren in een nieuw gebouw, nieuwe machines of in uitbreiding. Of om voorraden of debiteuren te financieren. Van oudsher is de ondernemer gewend aan een bank die daarbij graag hielp. Een bank die altijd klaar stond, soms zelfs als het niet nodig was.

Graag Hulp, Klaar Stond?

De ervaring van veel MKB ondernemers is tegenwoordig een andere. Krediet is een schaars goed geworden en ondernemers ondervinden ook daar een groeiende onderlinge concurrentie.

Als door het aantrekken van de economie de behoefte aan krediet stijgt, is krediet niet langer zomaar voor iedere ondernemer weggelegd. Van de ondernemer wordt meer verwacht om in aanmerking te komen.

De beste manier om dat te doen is actief een succesvolle en bevredigende relatie op te bouwen met de bank van nu.

Aanpak van Abascilje

Als ondernemer voor ondernemers, heeft Abascilje zich juist daarin gespecialiseerd. Door als coach en begeleider te assisteren bij de voorbereiding van de aanvraag, de gewenning aan de denktrant van de ‘nieuwe’ bankier en de indringendheid van de vragen die gesteld zullen worden.

Krediet wordt verstrekt op basis van vertrouwen. Het doel is de ondernemer in staat te stellen zelf het vertrouwen van de bank te winnen en te behouden.

Alle relevante deskundigheid wordt samengebracht in een totaal aanpak die zeldzaam is. In teamverband werken zo nodig communicatie, financiële, krediet, juridische en bedrijfskundige specialisten samen.

De aansturing van deze experts en de bewaking van de kwaliteit komt uitsluitend toe aan oprichter en eigenaar Gerben Wardenier. Zijn internationale carrière bestond steeds uit het voor particuliere en zakelijke klanten behartigen van hun belangen bij banken.

4 Gouden tips om kredietverlening te bevorderen

1. Gelijkwaardigheid bij communicatie

De ondernemer ziet kansen, de bankier risico's. Al gauw praat je niet meer dezelfde taal. Door oog te hebben voor elkaars verantwoordelijkheden, ontstaat een gelijkwaardige en respectvolle communicatie, waarbij alle kanten van de financiering vruchtbaar aan bod kunnen komen. Maak het krediet een gezamenlijk belang;

2. Vertrouwen versus wantrouwen

Het allesbepalende moment in het proces is wanneer de bankier zich afvraagt: vertrouw ik het? Komt het geld weer terug? Zorg dat je alles naar voren hebt gebracht om wantrouwen te voorkomen en vertrouwen te onderbouwen;

3. Vertrouwen valt te onderbouwen

Het risico wordt nagenoeg uitsluitend bepaald door de mate waarin je bedrijf de “zaakjes voor elkaar heeft, of niet”. Of jij risico bewust onderneemt. Door hierop scherp te zijn, verlaag je het risico voor jezelf en voor de bank. Voor de bankier betekent een lager bedrijfsrisico, een hoger vertrouwen in het krediet;

4. Actief relatie beheer uit jezelf, voor jezelf

Waar je meestal geen terughoudendheid voelt bij het actief onderhouden van de relatie met klanten en leveranciers, zou dat naar de bank toe net zo moeten zijn. Meld uit eigener beweging successen maar ook tegenslagen. Door niet te melden moet de bank er “zelf achter komen”; Dan riskeer je dat vertrouwen omslaat in wantrouwen.

Abascilje bevordert mede op basis van deze **4 hoekstenen** de kredietverlening aan jou als ondernemer. Bij de uitvoering word je bijgestaan en weldra kun je het voortaan zelf. Zorg dat je klaar bent voordat de economie in de loop van dit jaar weer aantrekt.

Abascilje BV
Varsseveldsestraatweg 128
7122 NT Aalten
www.abascilje.com

Gerben Wardenier
+31 543 461413
+31 6 2024 6014
gerben@abascilje.com



We zijn alweer druk met onze werkweken. Wellicht steeds drukker, door meer werk en we willen vooral meer doen in minder tijd. Weinig tijd voor gezin, familie en vrienden. Althans we zouden graag meer tijd met ze willen doorbrengen, denk ik... Staan we op het voetbalveld naar een training/wedstrijd te kijken van onze kids, missen we nog de fantastische actie van zoonlief omdat we staan te appen, op Facebook zitten, of aan het bellen zijn. Een grotere fout kun je naar zoon/dochter toe niet maken! En zo zijn er nog meer voorbeelden te bedenken, als je ze tenminste door hebt.



Helweek

Ook onze gezondheid vinden we eigenlijk wel belangrijk, maar zo lastig om verleidingen (de lekkere dingen) te weerstaan en de hoeveelheid is ook altijd te. En waarom?!
Op ons werk worden we vaak afgeleid van de dingen die we eigenlijk hadden willen/moeten doen. Dus aan het eind van de dag en meestal 's avonds gaan we ons lijstje af, tenminste als we een lijstje hebben en komen tot de conclusie dat de dag toch niet zo effectief is geweest als we dachten. Want we zijn tenslotte wel de hele dag bezig geweest. Maar hebben lang niet af gekregen wat we hadden willen doen. En een keertje is niet erg maar regelmatig wel.
Dus daar moet je wat aan doen!
De oplossing is ‘Helweek’.
Ga de Helweek doen en pak alle facetten

op. Dit gaat helemaal over jezelf. Het gaat niet alleen over je gewoontes, modus/focus, timemanagement, uit je comfort zone, rust/herstel, innerlijke dialoog en op de laatste dag: wat heeft deze week je gebracht en wat ga ik veranderen? Je hebt al deze facetten namelijk helemaal meegemaakt.
Je hoeft nu dus alleen maar de keus te maken: wat ga ik veranderen? Dan kom je er ook achter dat je al je veranderingen helemaal zelf moet doen en dat jij de enige bent die verantwoordelijk is voor je eigen succes na deze week.
Voor meer info over Helweek, Google het of bel/mail me. De volgende column gaat over de inhoud van de Helweek. Wie weet zien we jou bij onze Helweek op Papendal! ■

Robert Lagendijk is sinds 1995 eigenaar van LAGENDIJK Training (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.

**Geurink & Partners
Advocaten:
Een zaak van
mensen**



Keppelseweg 16, Postbus 395, 7000 AJ Doetinchem
T +31 (0)314 32 80 40 F +31 (0)314 32 80 41 E info@geurinkenpartners.nl



www.geurinkenpartners.nl

**GEURINK & PARTNERS
ADVOCATEN**

**Vitale teams,
leiders en
organisaties?**



VitaMee B.V. | Beenengang 8, 7131 DA Lichtenvoorde
0544-353000 | info@vitamee.nl | www.vitamee.nl

**WE
REDDEN
KINDERLEVEN**

Doneer nu! Bel 0800-1747.



**SEESING
PERSONEEL.nl**

Techniek Transport Logistiek Groen Administratief & Commercieel Bouw

Rembrandtplein 8 | 7131 EJ Lichtenvoorde
Telefoon: 0544 35 37 39
Website: seesingpersoneel.nl

UITZENDEN | WERFING & SELECTIE | DETACHERING | PAYROLLING

Hoofdsponsor Official sponsor

HART VAN DOETINCHEM
BUFFETRESTAURANT & PARTYCENTRUM

- Catering
- Bedrijfsfeesten
- Recepties
- Vergaderingen
- Bourgondisch buffet
- Teambuilding

Rozengaardseweg 3 | 7001 DM Doetinchem
0314 - 32 30 24 | info@hartvandoetinchem.com
www.hartvandoetinchem.com

**DEURWAARDERSKANTOOR
ACHTERHOEK**

Sinds oktober 2012 gevestigd in Doetinchem!

Uw adres voor al uw incassozaken en/of ambtelijke diensten voor heel Nederland. Onze klanten zijn incassobureaus, advocaten, notarissen, particulieren, MKB, woningverhuurders en overheid. Bent u geïnteresseerd en wilt u nader kennismaken, bel ons eens geheel vrijblijvend op.

Openstaande vorderingen? Probeer eens een deurwaarder

Plantsoenstraat 87 - 7001 AB DOETINCHEM
T. 0314 - 200023 - F. 0314 - 200024 - E. info@dwka.nl
www.dwka.nl

Gejo Interpack is een allround en flexibel CoPacking verpakkingsbedrijf dat in 2002 van start is gegaan in Gaanderen.

Gerard van Kempen, eigenaar van Gejo Interpack, beschikte over een jarenlange ervaring in de verpakkings-industrie alvorens hij de sprong waagde om voor zichzelf te beginnen. Dat het bedrijf geen eendagsvlieg is, blijkt wel uit het feit dat het bedrijf inmiddels is uitgegroeid naar een professioneel verpakkingsbedrijf met een geoutilleerd machinepark.

vlr Lotte van Antwerpen, Gerard van Kempen, Paula van Kempen en Friso Dietz



Even voorstellen: Gejo Interpack

Gejo Interpack werkt voor nationale en internationale opdrachtgevers waarmee het bedrijf in de loop der jaren een goede relatie heeft opgebouwd. Omdat deze opdrachtgevers graag nog verder ontzorgd wilden worden, is in de loop der jaren naast het verpakken van diverse producten ook het verzorgen van productie-ondersteunende activiteiten tot de mogelijkheden gaan behoren, zoals krimpen, sealen, handmatig verpakken van producten, maar ook tijdelijke opslag van goederen, voorraadbeheer, post- en pakketverwerking en het bouwen van displays. Het is zelfs mogelijk om binnen

een straal van 90 kilometer werkzaamheden te verrichten op de locatie van klanten.

Waarom Gejo Interpack

Een belangrijke factor voor het succes is het feit dat Gejo Interpack een echt familiebedrijf is waarbij de klant centraal staat. De ervaring is dat de werkzaamheden in het proces vaak in een kort tijdsbestek moeten worden verricht en daar is Gejo Interpack sterk in. Klanten kunnen rekenen op flexibele service, korte communicatielijnen, een snelle offerte tegen een scherp tarief en een hoge kwaliteits-

norm van de geleverde diensten. Met een creatieve en probleemoplossende instelling halen de medewerkers alles uit de kast om op tijd de producten te leveren. Het motto van het bedrijf is niet voor niets **‘ook kwaliteit komt op tijd’**. Nieuwsgierig geworden naar de mogelijkheden om uw verpakkings- en ompakwerkzaamheden te outsourcen? Neem dan contact op met Lotte van Antwerpen 0315 - 342802 om vrijblijvend een afspraak te maken om samen de mogelijkheden te bespreken. ■

■ www.gejo-interpack.nl

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



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
www.buiteninzicht.nl






VAN ZAKENLUNCH TOT
BEDRIJFSPRESENTATIE
EN THEMAFEEST;
ALLES ONDER EEN DAK

Sint Jansgildestraat 27
7037 CA Beek
T 0316-532041
E info@heuveltje.nl
I 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.

Bevermeersweg 12 - Angerlo
T 088 4530542
E info@landhuisdebevermeer.nl
I www.landhuisdebevermeer.nl



Proef het buitenleven
à la Carte ontbijten, lunchen of
dineren in Plattelandse sfeer!




Reserveren kan via 0314 65 14 24

Langeboomsestraat 5, Vethuizen - Montferland - www.hotelcarpediem.nl




Accommodatie voor
training, vergader,
en recreatiegroepen
in Gaanderen.

Informatie:
06-44115569
www.bongerd.eu



Rezonans

Geschied voor:

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

Adresgegevens
Oude Borculoeweg 12, Warnsveld
Gelderland, Nederland
T 0575 431171
M 06 51257921
E info@rezonans.nl
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 en laat u verrassen op de virtuele rondleiding!

Hayfinksdijk 1b, 7244 NZ Barchem / Tel. 06-53153580 / 06-12996251
info@geldersgroenland.nl





BUSINESS FLITSEN

Aanpak Stadsfront
belangrijke impuls
binnenstad Doetinchem

De gemeente Doetinchem heeft
€500.000,- subsidie gekregen van de
provincie Gelderland voor het
opknappen van Villa van Wanrooij en
de stadswalwoningen op de hoek
Grutstraat/Kapoeniestraat.

Met een aanvullend bedrag van € 200.000,-
vanuit de gemeentekas kan dit deel van de
Doetinchemse binnenstad een forse impuls
krijgen, aldus het college van B&W. Het
definitieve besluit hierover is aan de gemeen-
teraad. Naast de provincie en de gemeente
draagt ook de eigenaar Stadsfront
Doetinchem BV van de Villa en de stadswal-
woningen bij aan het restaureren van de Villa
en de stadswalwoningen. Tegelijk met de
panden krijgt ook het omliggende gebied een
grote opknapbeurt. Zo worden via een mar-
kering in het openbaar gebied de ligging van
de oorspronkelijke stadsgracht en stadswal
zichtbaar gemaakt. De hoek Grutstraat/
Kapoeniestraat is een van de meest verpau-
perde plekken in en rond de binnenstad. De
Villa Van Wanrooij (Grutstraat 49) en de
stadswalwoningen (Kapoeniestraat 4 en 6)
zijn gemeentelijk monument en verkeren in
slechte staat. De woningen worden zelfs
gestut om instorten te voorkomen. De Villa is
daarnaast mede beeldbepalend voor de
Grutstraat, wat als horecagebied een belang-
rijke motor voor de Doetinchemse binnenstad
is. Ook de openbare ruimte, tussen de stads-
walwoningen en het onlangs gerestaureerde
voormalig pakhuis, ziet er matig uit. De
inrichting is gedateerd en rommelig en ver-
dient een opknapbeurt. Als de raad positief
besluit, kunnen de werkzaamheden voor de
zomer al van start gaan. Volgens plan zijn de
werkzaamheden dan eind 2016 afgerond.



Nieuwe advocaat
Steentjes Wolters Mulder

Steentjes Wolters Mulder Advocaten te
Lichtenvoorde heeft afscheid genomen
van mr. Jan Wolters, die na een advocaten-
bestaan van ruim 40 jaar, zijn toga aan de
wilgen heeft gehangen en inmiddels geniet
van een welverdiende oudedag.
Ondertussen is het kantoor per 1 januari
2015 versterkt met advocaat mr. (Niek)
Cornelissen. Hij is woonachtig te
Winterswijk en afkomstig van JPR
Advocaten te Enschede. Niek zal werk-
zaam zijn in de ondernemingsrechtpraktijk
met als extra aandachtsgebied huurrecht/
vastgoed.

■ www.steentjeswoltersmulder.nl

XL10 neemt DOC
Opleiding & Training
over

Per 1 januari is DOC Opleiding &
Training overgenomen door de
aandeelhouders van XL10 Training I
Opleiding (voorheen Jobo).

DOC bestaat ruim 60 jaar en is een geves-
tigde naam in de Achterhoek.
Ondernemers Regina Nieuwmeijer en
Mark Nijenmanting zien de overname van
DOC Opleiding & Training als een prach-
tige uitbreiding op het portfolio van XL10
waarmee vanuit 'thuisgebied' Oost-
Nederland verder invulling wordt gegeven
aan de groeiambities. Nieuwmeijer en
Nijenmanting nemen het bedrijf over van
Geert Teunissen die al langere tijd op zoek
was naar een geschikte overnamekandi-
daat die DOC voor de Achterhoek wilde
laten voortbestaan met voldoende synergie
voor groeikansen. Hij denkt dat XL10 bij
uitstek geschikt is om de ambities te reali-
seren. DOC is gespecialiseerd in opleidin-
gen en trainingen voor werkenden op het
gebied van automatisering, financiën,
techniek, secretariaat, management en
talen. XL10 is gespecialiseerd in persoon-
lijke skills voor werkenden op de thema's
leiderschap, sales, klantgerichtheid, com-
municatie, timemanagement, agressie en
teamontwikkeling. "Wij zijn nu nog beter
in staat onze klanten met maatwerk te
bedienen met een groter en meer inhouden-
lijk pakket", aldus XL10. Voorlopig zal
DOC gewoon onder eigen naam door
blijven draaien.

■ www.xl10.nl
www.doc.nl
www.interieuracademie.nl

Eén team, één taak, een succes!

Bij transportbedrijf Visser Duiven heeft
de directie enige tijd geleden het roer
drastisch omgegooid. Niet voor wat
betreft de core business (fijnmazige
distributie binnen Nederland), maar
met betrekking tot het Human
Resource Management. Voor een
transportonderneming is dit vrij uniek,
maar het blijkt te werken, heel goed zelfs!



Stefan de Jong (L) en Marcel Visser.

Bij het familiebedrijf Visser staat sinds een
jaar een nieuw managementteam aan het
roer. Sindsdien zijn ook enkele veranderin-
gen doorgevoerd. Algemeen directeur
Marcel Visser en operationeel directeur
Stefan de Jong leggen uit wat die verande-
ringen inhouden, en wat het inmiddels al
heeft opgeleverd. Visser: "Heel in het kort:
teambuilding. Ofwel, zoals de mensen zelf
zeggen: één team, één taak."

Hij vervolgt: "De teams, de mensen krijgen
een verantwoording en binnen die verant-
woording moet men ook handelen. Heeft
men een probleem, dan mag men zelf
nadenken over een oplossing en dat doet
men nu ook. Voor die tijd kwam men veel
sneller naar de leidinggevende, die dan een
oplossing moest verzinnen. Nu wordt het
probleem onderling besproken en lost men
het zelf, samen, op. Wat we constateren is
dat de motivatie is gestegen, én de producti-
viteit. Een belangrijk neveneffect is dat het
ziekteruim binnen een jaar met twee pro-
cent is gedaald."

De Jong: "We zijn er in geslaagd om een

werksfeer te creëren, waarbij de barrière om
je ziek te melden verhoogd is, waarbij
medewerkers zich minder snel ziek melden
waar het werksfeer gerelateerd is." Visser:
"Je moet de verantwoordelijkheid en het
vertrouwen durven geven. De mensen
moeten dan vervolgens deze verantwoording
durven nemen. Het is eigenlijk de methode
van de zelfsturende teams. Men doet veel
meer zelf, maar je moet het wel blijven
begeleiden, ervoor zorgen dat het goed blijft
gaan."

Die teambuilding is ook gestimuleerd door
mensen met verschillende taken, elkaars
werkzaamheden direct te laten ervaren. Zo
werden planners een dag meegestuurd met
de chauffeurs, om direct de praktijk mee te
maken. Dit heeft geleid tot beter wederzijds
begrip – en dus een betere samenwerking.
De Jong: "Dat proces zie je in de hele keten,
en de klant merkt dat ook. Het werpt zijn
vruchten af."

Dit is overigens niet het enige aspect waar-
mee Visser trendsetend is binnen de trans-

portwereld: alle vrachtwagens zijn uitgerust
met een boordcomputer, gekoppeld aan de
thuiscomputer die weer gekoppeld is aan het
EDI-systeem (Electronic Data Interchange).
De klant kan met een vertraging van een
kwartier de actuele status van de zending
zien. Na de aflevering is de datum, tijdstip
van afmelden en naam van de ontvanger
zichtbaar. Maar de ontwikkeling gaat verder:
op het ogenblik wordt gewerkt aan een
ETA-systeem (Estimated Time of Arrival,
verwachte levertijd). Visser: "Intern kunnen
we deze verwachte aankomsttijden exact
zien, omdat we geautomatiseerd plannen,
maar we willen dit nu ook zichtbaar maken
voor de klant. Dat is dus een toegevoegde
waarde voor de klant, dat hij precies weet
wanneer (binnen een bloktijd) de zending
afgeleverd zal gaan worden. Met enkele klanten hebben we geregeld dat
deze statusberichten weer geautomatiseerd
doorgezet worden naar zijn klanten." Zo
blijkt een 'oud' familiebedrijf toch zeer
modern en vooruitstrevend te kunnen zijn. ■

■ www.visserduiven.nl

Open huis bij fietsfabrikant Multicycle



Zaterdag 2 mei aanstaande houdt Multicycle in het Achterhoekse Ulft Open Huis. Dé kans voor iedereen die een kijkje in een echte Nederlandse fietsfabriek wil nemen en om een testrit te maken op de verschillende modellen. Voor de echte fietsliefhebbers een unieke gelegenheid om fantastisch fietsen zélf te ervaren.

Sinds 1977 produceert en ontwikkelt Multicycle in Ulft exclusieve e-bikes, toeren trekkingfietsen en tandems van hoge kwaliteit. Een eigen ontwikkelings- en technologieafdeling is voortdurend op zoek naar nieuwe technieken en items die het fietsplezier vergroten. Multicycle loopt dan ook vaak voorop bij de introductie van nieuwe innovatieve fietsen. Tijdens het Open Huis kunnen bezoekers kennismaken met de vakmensen en een kijkje nemen in de showroom, productie- en ontwikkelafdeling. Rond gezette tijden vinden er rondleidingen plaats door het pand. In detail wordt door gepassioneerde medewerkers getoond en uitgelegd hoe een MC met de hand wordt gemaakt. Daarnaast zijn er met diverse partners, zoals de ANWB en Continental banden, diverse activiteiten georganiseerd voor de fietsliefhebbers. Het Multicycle-team heet fietsliefhebbers zaterdag 2 mei van 10.00 uur tot 16.00 uur van harte welkom aan de Anton Tjinklaan 1 in Ulft.

GOEDE VOORNEMENS... VOLGEHOUDEN OF VERZUIMD?

Stoppen wij ons in de gezellige decembermaand nog vol met pepernoten, banketstaven en oliebolletjes; in januari is er vervolgens geen plaats meer in de personeelskoelkast. Die kleurt dan groen van de van huis uit meegebrachte bakjes rauwkost en salades. Echter, ruim een maand later zie ik weer het vertrouwde beeld van volvette kaas, Saksische leverworst en uit Twente gefabriceerde eier- en kipsaté salades. En ook de snoeppotten zijn weer rijkelijk gevuld. Als therapeut blijft dit jaarlijks terugkerende fenomeen mij fascineren.

Hoe staat het met úw goede voornemens? Voor mij ligt een artikel van RTL-nieuws van 30 december 2014. Van alle mensen met goede voornemens verwacht 81 procent zijn belangrijkste goede voornemen zeker of waarschijnlijk vol te gaan houden.

Top 5

Wat waren de belangrijkste 5 voornemens voor 2015? Gezond leven is voor de meeste ondervraagden het belangrijkste thema: *afvallen* (27 procent), *meer sporten* (23 procent) en *minder snoepen of snacken* (19 procent) zijn de meest genoemde goede voornemens.

In de top vijf staan verder nog *zuiniger omgaan met geld* (17 procent) en *zich minder druk maken* (25 procent). Opvallend is dat vooral mannen zich willen concentreren op hun portemonnee, terwijl vrouwen er vaker voor kiezen om zich minder druk te maken.

Mooie voornemens, die wij bij De Verzuimeconoom ook van harte ondersteunen. En we houden het niet alleen bij voornemens: een gezond personeelsbestand voor onze klanten is iets waar ons team elke dag actief aan werkt.

Grip op verzuim

8 Op de 10 verzuimdossiers heeft een psychosociale oorzaak. Door snel in te grijpen en zowel met u als werkgever, als direct met uw zieke medewerker te schakelen, voorkomen wij in de praktijk veel langdurig verzuim. Hierdoor heeft u gegarandeerd grip op uw verzuim en op uw kosten. Dit levert u niet alleen een gezonder en productiever personeelsbestand op, maar scheelt uiteindelijk ook in uw portemonnee. En misschien wel het belangrijkste: u hoeft zich minder druk te maken!

Henrich Leenders

Psychosociaal therapeut bij De Verzuimeconoom



DE VERZUIMECONOOM

PASSIE voor glans

carwash &co

Ede Veenendaal Doetinchem

Havenstraat 19, Doetinchem

De grootste uitdaging voor een architect is het realiseren van een geloofwaardig verband tussen de menselijke prestaties en het bedrijfspand waarin die mensen hun prestaties moeten leveren. Licht het antwoord in het zogeheten Evidence-based design?



Evidence-based ontwerp: nuttig?

In een ideale wereld past elke werkplek perfect bij de gebruiker en zijn of haar specifieke taken. Werkplekken worden optimaal efficiënt gebruikt, vergaderzalen worden nooit teveel of te weinig gebruikt, niemand heeft het te warm of te koud. En die 'statement' trap zorgt voor veel 'toevallige ontmoetingen' die de productiviteit van de kenniswerkers (die zo hard op zoek zijn naar samenwerking) stimuleert.

Misbruik

Het idee is mooi, maar de werkelijkheid is wispelturig. Het resultaat is vaak niet wat men ervan verwachtte, en mensen gebruiken gebouwen vaak niet op de manier die men zich voorstelde bij het ontwerpen ervan. Om dit 'misbruik' te minimaliseren, neemt men tegenwoordig steeds vaker de toevlucht tot een meer rigoureuze, empirische benadering van het ontwerpen van een werkomgeving. Die aanpak is dan gebaseerd op uitgebreid onderzoek vooraf. Volgens mensen die het kunnen weten, is Evidence-based design 'een concept dat

het nu helemaal maakt'. Diverse wetenschappelijke onderzoeken hebben aangetoond dat design een duidelijke invloed heeft op het gedrag van mensen. De echte uitdaging zit hem in het identificeren van de ontwerpprincipes die niet alleen de prestaties van de omgeving verhogen, maar ook die van de mensen. Vanuit een zakelijk standpunt bekeken is zelfs het meest groene gebouw niet bijzonder duurzaam als de gebruikers ervan geen boodschap hebben aan duurzaamheid. Er vindt een fundamentele verandering plaats in de manier waarop we naar gebouwen kijken: we bekijken wat gebouwen doen, naar hun fungeren, in plaats van naar wat ze zijn. Vaak is er ook een verschil tussen wat je denkt dat je krijgt (bijvoorbeeld volgens een BREEAM of Milieucertificaat) en wat je feitelijk krijgt.

Durf

Het gevaar is dan ook dat de slechte prestatie van een in gebruik genomen gebouw bij de architect claims zou kunnen gaan

opleveren wegens nalatigheid. Daarom is er een belangrijke rol weggelegd voor de architect: hij of zij moet meer gebruik maken van het voortschrijdend inzicht op zijn of haar gebied, en meer durf en wetenschap in de ontwerpen leggen. En kunnen bewijzen dat het nieuwe pand beter is, op basis van Evidence-based design (EBD).

Hoewel de milieu-impact van een gebouw tegenwoordig veel beter meetbaar is dan 10 of 15 jaar geleden, is er nog steeds te weinig aandacht voor de sociale en economische impact van dat pand. Het besef dat de manier waarop je pand presteert invloed kan hebben op de waarde ervan – of, als je het huurt, op je reputatie – is iets waar men nog steeds aan moet wennen. Dat is deels omdat het wetenschappelijk meten van hoe 'succesvol' een gebouw is, problematisch is. EBD heeft zijn wortels in de gezondheidszorg: daar is ruim onderzoek gedaan naar het verband tussen ontwerp aan de ene kant en verbeterde veiligheid voor de

patiënt en sneller herstel aan de andere kant. Zo blijken eenpersoons ziekenhuiskamers consequent de kans op ontstekingen te verminderen, vergeleken met meerpersoonskamers of zalen.

Maar wat zijn dan vergelijkbare waarden voor werkplekken? Productiviteit werd vroeger gemeten aan de snelheid waarmee de typistes konden typen, maar waar blijf je dan met je organisatie die de samenwerking wil verbeteren, meer flexibel wil kunnen werken, of zijn merk wil herpositioneren?

In veel opzichten is productiviteit het cruciale element, maar wat veel meer waarde heeft, met name voor kennisorganisaties, is de betrokkenheid van de medewerkers. Als je die betrokkenheid kunt kwantificeren, en verhogen, ben je spekkoper.

Botsing

Maar hoe vertaalt wetenschappelijk onderzoek zich naar de praktijk? Om gebouwontwerp meer te baseren op onderzoek, levert nogal wat uitdagingen op. Voor leken kunnen de methodes hiervoor niet heel helder zijn, omdat de resultaten van die onderzoeken vaak worden gepubliceerd in wetenschappelijke taal die niet praktijkvriendelijk is. Feitelijk is het een botsing van culturen. De manier waarop de onderzoeken worden opgezet, heel wetenschappelijk, is niet altijd even aantrekkelijk voor architecten. Die hebben een geheel andere manier van werken. Aan de ene kant spelen methodiek, normen, wetenschap (en de beperkingen die deze met zich meebrengt) een rol, aan de andere kant intuïtie, ervaring, oordeel en het werken met de verwachtingen van de klant.

Er is meer dan voldoende onderzoek dat lijkt aan te tonen dat goed ontwerp verband houdt met betere, efficiëntere medewerkers, maar het is moeilijk om oorzaak en gevolg van elkaar te onderscheiden. In het ideale geval is onderzoek zowel herhaalbaar als empirisch, maar zoveel van wat zich afspeelt in de werkomgeving heeft te maken met een unieke organisationele cultuur in plaats van bredere factoren zoals daglichtniveaus. Omgevingsfactoren als natuurlijke ventilatie, akoestiek en klimaatregeling zorgen voor positieve reacties onder de medewerkers, maar onderzoek over hoe mensen zich gedragen en interacteren is een geheel andere zaak. Daarom is

de 'hardheid' van het onderzoek, en de herhaalbaarheid, altijd een probleem bij EBD.

Systematisch onderzoek

Dat is dan ook de reden waarom interieurontwerpers zich focussen op het gebruik van ruimtes: het scheppen van omgevingen voor een optimale zakelijke effectiviteit. Voor hen houdt EBD in een systematisch onderzoek vooraf dat veel meer tijd vergt dan een standaard opdrachtomschrijving. Dat onderzoek leidt dan uiteindelijk tot een ruimte-indeling die gebaseerd is op wat er feitelijk in die ruimte plaatsvindt, en niet op wat de CEO vertelt dat er gebeurt. Of wat een ontwerper zou kunnen concluderen nadat hij of zij een paar keer door de ruimte is gewandeld en met enkele medewerkers heeft gesproken.

Zo'n onderzoek kan soms wel 12 weken duren, voordat de eerste lijn op papier komt. In die tijd wordt vastgesteld wie de klant is, wat zijn waarden zijn, hoe de mensen werken. Er worden gesprekken gehouden met het management, er kan een vragenlijst worden opgesteld voor de medewerkers: met welke collega's hebben ze contact, hoeveel tijd zijn ze kwijt aan vergaderen, zijn ze buiten de deur? Hoeveel mensen maken gebruik van de koffiehoeke, zitten er op bepaalde tijden aan hun bureau. Natuurlijk zullen organisaties nogal terugschrikken voor zo'n periode van 3 maanden waarin er niets zichtbaars gebeurt, maar voor het uiteindelijke resul-

taat is dat grondige onderzoek uitermate belangrijk.

Bovendien kan de informatie die wordt verkregen worden gebruikt om intern veranderingen door te voeren. Zo kan gemakkelijker gecommuniceerd worden over wat er feitelijk gebeurt in de kantoren: bewegingen kunnen immers worden gestaafd met cijfers. Als er bewijs is dat veel werkplekken vaak leeg staan, kan gemakkelijker worden overgeschakeld op flexplekken. Of kunnen vaak leegstaande of niet optimaal gebruikte vergaderruimtes worden gebruikt voor andere doeleinden – of afgestoten.

Die gegevens kunnen natuurlijk niet een-op-een gekopieerd worden naar andere organisaties: elk bedrijf werkt op zijn eigen manier, met eigen cultuur en eigen processen – al zijn die misschien vergelijkbaar. Toch hebben die gegevens waarde voor anderen: voor de klant zelf natuurlijk, maar ook voor de eindgebruikers van kantoren in het algemeen, voor interieurinrichters, en voor architecten. Onderzoek nadat een pand in gebruik is genomen – EBD – is dus van groot belang voor het creëren van betere werkomgevingen. Zo kan een organisatie geld besparen al voordat een nieuw pand in gebruik wordt genomen, en daarna nog eens omdat de mensen er productiever zijn: de werkomgeving is immers geheel op hen afgestemd. Of ze nu op die 'statement' trap communiceren of gewoon in de koffiehoeke. ■



PRODUCTIEVER

Dat EBD effectief is, blijkt uit het verhaal van een bankgebouw van de Macquarie Group in Sydney. Op basis van onderzoek door de Universiteit van Sydney, uitgevoerd nadat het pand in gebruik werd genomen, blijkt dat in de nieuwe activity-based werkomgeving (overigens een nogal revolutionair concept voor een bank) 97 procent van de medewerkers hun nieuwe omgeving prefereerden, terwijl 93 procent de nieuwe manier van werken prefereerde en dat 60 procent aangaf, productiever te zijn (hoewel niet gemeten werd hoeveel productiever ze dan feitelijk wel waren).

Door de zachte winter en droge zomer van 2014 is de ratten- en muizenpopulatie in Nederland de afgelopen maanden flink gegroeid. Dit leidt tot overlast bij veel bedrijfspanden. Maar hoe hou je die knagers buiten de deur? Gewoon: je moet ze niet de kans geven om binnen te komen.



Bied muizen en ratten geen entree naar je bedrijfspand

Als je ratten of muizen hun gang laat gaan, kan dit vervelende situaties opleveren. Denk aan brandgevaar wanneer bedradingen zijn weggevreten. Of je goede naam als er een muis door je restaurant rent. Ondernemingen zouden dan ook zeker niet moeten besparen op plaagdierbestrijding. Het kan je namelijk je bedrijf kosten. Wanneer je overlast ondervindt van ratten of muizen is het belangrijk om eerst te onderzoeken waar ze binnenkomen. Vaak wordt het deze diertjes te makkelijk gemaakt. Een muis heeft bijvoorbeeld maar een gaatje van een halve centimeter doorsnee nodig om binnen te kunnen komen. Naast ratten en muizen kunnen ook insecten regelmatig voor overlast zorgen. Het dichtstoppen van kieren en gaten is vaak niet voldoende.

Certificaten

Sinds 1996 moet elk bedrijf in Nederland dat als plaagdierbestrijder opereert verplicht gediplomeerd zijn. Dit diploma is vijf jaar geldig. Gedurende die vijf jaar zijn professionals verplicht om certificaten te halen

waarmee zij punten verzamelen. Na vijf jaar zijn 100 punten nodig om het diploma te verlengen. Er zijn in ons land twee exameninstellingen waar de theorie- en praktijkexamens kunnen worden afgelegd, het EVM en het CPMV. Daarnaast is er ook het KAD-keurmerk dat als doel heeft om de kwaliteit in de branche verhogen.

Verantwoord

Volgens Jan van Kampen, examinator bij het CPMV en eigenaar van Bestprevco, is het een goede zaak dat het ministerie van Infrastructuur en Milieu de verplichte diplomering heeft ingesteld. "Bovendien wordt de wetgeving constant verder aangescherpt. Dit in tegenstelling tot het gebruik van bestrijdingsmiddelen door particulieren die zelf mogen bepalen welke voor hun beschikbare middelen zij gebruiken en hoe vaak zij dit toepassen. Dit kan voor een onveilige omgeving zorgen, of juist helemaal geen effect hebben omdat het middel niet correct wordt toegepast." Een professional moet daarentegen volgens de wetgeving juist heel

terughoudend te werk gaan. Zo werkt een goede ongediertebestrijder volgens de IPM-norm, wat inhoudt dat er eerst gekeken wordt naar hoe de plaagdieren geweerd kunnen worden, in plaats van ze te bestrijden met gif.

Preventie

Nog beter is om preventief te werk te gaan, bijvoorbeeld door een risico-analyse te laten uitvoeren. Van Kampen: "De problemen die dan boven tafel komen, zoals bijvoorbeeld de reparatie van een gietvloer of het herstellen van een gat in de muur, kunnen eventueel door de klant zelf opgelost worden. Ook worden plaagdierbestrijders steeds vaker als partij bij het realiseren van nieuwbouw ingeschakeld. Een enorme kruipruimte met ruime uitsparingen in de fundering is voor het aanleggen van leidingen natuurlijk erg handig, maar dan bied je ook muizen en ratten een heel mooie entree naar je bedrijfspand. Ervaren plaagdierbestrijders kunnen mogelijke knelpunten aanwijzen en dat kan heel wat leed voorkomen." ■

Door de de beperkte beschikbaarheid van bestrijdingsmiddelen, dat voortkomt uit een strikter toelatingsbeleid van de overheid, is er steeds vaker overlast van ratten. Niet alleen rondom huizen, ook bedrijven krijgen hier vaker mee te maken. Van stankoverlast tot een complete bedrijfsbrand, deze ongenode gasten hou je liever buiten de deur. "Je moet ze niet de kans geven om binnen te komen", aldus Marcel Berends van ABM ongediertebestrijding, dat landelijk actief is.



Marcel Berends mag zich rekenen tot één van de 17 plaagdierbestrijders in Nederland met een KPMB-keurmerk.

'Geef ze niet de kans om binnen te komen'

Berends is een plaagdierspecialist in hart en nieren. Zo werkt hij al 22 jaar in de plaagdierbestrijding door heel Nederland en vierde hij op 15 februari het eerste lustrum van zijn eigen bedrijf. Niet alleen mag hij zich tot één van de 17 plaagdierbestrijders in Nederland met een KPMB-keurmerk (Keurmerk Plaagdier Managementbedrijven) rekenen, maar kwam hij bovendien landelijk in het nieuws toen hij in 2002 1640 ratten uit één huis in Baarn haalde. "De vrouw des huizes voerde de ratten met kippenvoer", blikt hij terug. "Alles in het huis bewoog door de aanwezigheid van de enorme hoeveelheid ratten. Zelfs wanneer de vrouw des huizes een kommetje vla zat te eten, zaten er ratten aan weerszijden. Uiteindelijk greep de gemeente in en werd ik ingeschakeld. Het huis moest worden afgebroken, omdat er onder de fundering zo'n groot gangenstelsel zat dat het dreigde in te storten."

Brandgevaar

Gelukkig betreft het hier volgens Berends een uitzondering. "Maar er kunnen zich wel

allerlei andere ongewenste situaties voordoen, wanneer je niets aan het probleem doet. Hierbij kun je bijvoorbeeld denken aan kortsluiting. Het is dan ook moeilijk te begrijpen, waarom er bij bedrijven zoveel bespaard wordt op plaagdierbestrijding." Bij het bestrijden van ratten of muizen vindt hij het belangrijk, om geheel in de lijn van IPM, wering centraal te stellen. "Zo lang de knaagdieren toegang hebben tot water, warmte, voedsel en onderdak, is dat een goede reden om binnen te komen. Wering kan toegepast worden om de toegang te blokkeren. Kijk waar ze naar binnen kunnen. Een verzakt tuinpad kan bijvoorbeeld al een indicatie zijn voor een kapotte riolering. Maar denk als bedrijf ook aan een schoon opslagbeleid of het nemen van kleine bouwkundige maatregelen met betrekking tot wering."

Trots

Volgens Berends kunnen veel mensen een voorbeeld nemen aan hoe er in de Verenigde Staten omgesprongen wordt met plaagdier-



Met een camera kan Berends ook op moeilijk bereikbare plaatsen kijken, waar de plaagdieren zich bevinden.

bestrijding. "Soms wordt mij gevraagd mijn bus een paar straten verderop te zetten. In de Verenigde Staten plakken ondernemers juist een sticker op de deur om te laten zien dat ze er trots op zijn dat ze iets aan plaagbestrijding doen. Ik hoop dat het in Nederland ook ooit zover komt!" ■

■ www.abmongediertebestrijding.nl



BOB Oost-Gelderland Business maakt onderdeel uit van Oost-Gelderland Business; een on/offline platform voor ondernemers uit de Achterhoek.
www.oostgelderlandbusiness.nl



Haal meer uit je netwerkbezoek

Wilt u meer weten over BOB of lid worden?
Neem dan contact op met BOB-organisator
Danny Toonen, 024-3503240,
danny@vanmunstermedia.nl of kijk op
bob.oostgelderlandbusiness.nl.



Alle foto's en filmpjes van de BOB-borrels zijn te bekijken op bob.oostgelderlandbusiness.nl. Gebruikt u een smartphone om de site te bekijken, dan krijgt u bij het bezoeken van de website direct de melding met de vraag of u van de mobiele website gebruik wilt maken.

BOB-organisator Danny Toonen is op dit moment druk bezig met het organiseren van de eerste BOB-borrel van dit jaar. "Nu de nieuwjaarsbijeenkomsten ver achter ons liggen en de meeste bedrijven ook hun jaarplanning rond hebben, is het hoog tijd om weer eens te gaan netwerken."

Op maandag 13 april vindt de eerste BOB-borrel van 2015 plaats. Gastlocatie voor deze aftrap is Villa Ruimzicht in Doetinchem. Voorafgaand aan de borrel zal de jaarlijkse zakenautotestdag van Oost-Gelderland Business plaatsvinden.

In totaal zullen er dit jaar op verschillende locaties in de regio 6 BOB-borrels worden georganiseerd. "Tijdens deze bijeenkomsten zullen weer diverse inhoudelijke lezingen en sprekers de revue passeren. En als BOB-leden zelf een interessant onderwerp hebben, dan houd ik me zeker aanbevelen!"

Nieuw is dat er dit jaar ook gecombineerde bijeenkomsten zullen plaatsvinden, waar ondernemers uit verschillende BOB-regio's aan deel kunnen nemen. "Het concept BOB is actief in de regio's Noord-Limburg, Utrecht (stad), Rivierenland, de Gelderse Vallei en natuurlijk Oost-Gelderland. Dat betekent dat je een enorme groep interessante ondernemers bij elkaar kan brengen. Graag geef ik mijn leden alle kans om hun netwerk ook buiten de regio te vergroten."

Ten slotte maakt Danny nog even van de gelegenheid gebruik om te wijzen op de persoonlijke profielen op de BOB-website. "Wanneer je naar een netwerkbijeenkomst gaat, weet je van tevoren niet altijd wie voor jou interessant is. Dankzij je eigen persoonlijke profiel op de BOB-pagina kan je je interesses invullen en zo makkelijker met elkaar in gesprek komen. Zo haal je nog meer uit je netwerkbezoek!"

Save the date: BOB-borrel op 13 april bij Villa Ruimzicht

Aansluitend op de zakenautotestdag vindt op maandag 13 april weer een BOB-Borrel van Oost-Gelderland Business bij Villa Ruimzicht in Doetinchem plaats. U bent van harte welkom om samen met collega's deze BOB-Borrel bij te wonen. Registreren is kosteloos, maar wel verplicht. Heeft u een collega-ondernemer die ook graag eens een BOB-Borrel wil bijwonen, meld deze dan apart aan of laat hem/haar zelf aanmelden. Bent u vaker op een BOB-Borrel geweest, dan is lidmaatschap verplicht. Meer informatie vindt u op bob.oostgelderlandbusiness.nl. Ook kunt u zich via deze website aanmelden. Updates rondom het programma van deze borrel worden eveneens via de BOB-website bekendgemaakt.

Let op: de zakenautotestdag en de BOB-borrel zijn twee aparte events waar u zich apart voor dient aan te melden. Heeft u interesse om deel te nemen aan de zakenautotestdag, dan kunt u zich aanmelden via www.oostgelderlandbusiness.nl/bijeenkomsten.

Bijdragen aan BOB

Heeft u als ondernemer een sfeervolle locatie die als decor voor een BOB-bijeenkomst kan dienen, of bent u een gastspreker met een interessant onderwerp waar de ondernemers in Oost-Gelderland beslist van zouden moeten weten? We zijn voor de BOB-borrels in 2015 nog op zoek naar enkele locaties en sprekers. Vraag gerust eens naar de mogelijkheden.

ZAKENAUTOTESTDAG: TESTRIJDERS GEZOCHT



OPROEP AAN U ALS TROUWE LEZER

Meerdere keren per jaar treft u in Oost-Gelderland Business de Zakenautotestdag aan; een spetterend evenement waarbij we de laatste modellen aan een kritische test onderwerpen. 13 april is het weer zover. Dan zullen de nieuwste zakenauto's door onze trouwe lezers worden getest. We sluiten deze enerverende testdag af met een heerlijk diner, waarbij u kunt netwerken met dealers en andere ondernemers in uw regio.

Bent u op zoek naar een nieuwe personenwagen en gevestigd in Oost-Gelderland? Meld u dan nu aan voor onze autotestdag op 13 april. Surf naar www.oostgelderlandbusiness.nl/bijeenkomsten en laat uw gegevens achter. Uiteraard is deelname geheel gratis en vrijblijvend. We selecteren onze testrijders op basis van aanmelding, dus wees er snel bij.

Tot ziens op de Zakenautotestdag



www.oostgelderlandbusiness.nl

OPMERKELIJK



'Nieuwe Amerikaanse Heineken-film gebruikt foute bierflesjes'

De nieuwe Amerikaanse Heineken-film, Kidnapping Mr. Heineken, gebruikt de verkeerde bierflesjes.

Er wordt in de film bier gedronken uit groene flesjes, maar die bestonden in Nederland nog niet in 1983; het jaar van de ontvoering van de biermagnaat. Dat meldt de Radio 10-ochtend-show Tim In de Morgen. De redactie van de show kwam erachter toen ze samen de film bekeken. Om het te verifiëren belden ze met de Zoetermeerse bierfanaat en Heineken-verzamelaar Patrick Bennis, die het bevestigt: "Het is een bizarre fout, omdat de makers van de film op de allerkleinste details hebben gelet. Zelfs de politieauto's zijn van het model dat in het ontvoeringsjaar rondreed. In 1983 werden er in Nederland alleen bruine pijpjes Heineken verkocht en geen groene zoals in de film is te zien. Al met al een blunder van de bovenste plank!" (Bron: NU.nl)

23 km/u te hard:
54.000 euro boete

Een Finse man die 103 km/u reed waar 80 km/u is toegestaan, zag een snelheidsboete van liefst 54.000 euro op de mat vallen. Dat schrijft de Finse krant Iltahti.

Het boetesysteem in Finland hangt samen met het inkomen: hoe meer je verdient, hoe hoger de boete. De bekeurde man, Reima Kuisla, schrijft op zijn Facebook-pagina dat hij onderhand overweegt uit Finland te verhuizen. Niemand hoeft echter medelijden te hebben met Kuisla: zijn jaarinkomen waarop de boete is gebaseerd, bedraagt 6,5 miljoen euro. Het is trouwens lang niet de hoogste snelheidsboete die ooit in Finland is uitgedeeld. Zo meldt de BBC dat een topman van het telefoonbedrijf Nokia in 2002 een bekeuring van 116.000 euro kreeg in verband met te hard rijden. (Bron: RTL Nieuws)

Hongerige klant eet zes jaar oude frietjes



Een hotelgast in IJsland die onder een stolp frietjes en een hamburger zag liggen, kon zijn trek niet bedwingen.

Al snel bleek echter dat er iets niet pluis was aan het eten. De frietjes en de burger waren namelijk al zes jaar oud, zo staat te lezen op de website van de Mirror. Het verhaal start bij de 28-jarige man Hjortur Smarason die zes jaar geleden de laatste hamburger kocht van de plaatselijke McDonald's die sloot wegens de financiële crisis. Alle filialen van de hamburgerketen verdwenen namelijk en de man wou nog snel een aandenken kopen. Toen hij bemerkte dat een half jaar later het eten nog steeds in dezelfde staat eruit zag als toen hij het kocht, schonk hij de frietjes en de burger aan een museum. Daar werd het drie jaar lang tentoongesteld en in tussentijd verplaatste het menuutje zich naar een toonbank van een hotel in de IJslandse hoofdstad Reykjavik. (Bron: Skynet.be)



Professionaliseren van het familiebedrijf

Familiebedrijven zijn belangrijk voor de economie. Ze vertegenwoordigen een aanzienlijk gedeelte van de bedrijvigheid, waardoor ze een essentieel onderdeel vormen van onze economie. In de loop der jaren heeft het model van het familiebedrijf bewezen dat het gewoonlijk minder last ondervindt van economische onrust dan ondernemingen die niet behoren tot de categorie van familiebedrijven. Deze nemen minder risico en zijn meer gericht op de langere termijn.

TEKST RENATE DE LANGE, TAX PARTNER, PWC NETHERLANDS

Over het algemeen zijn familiebedrijven sterk en uniek, maar ook complex. Ongeacht waar ter wereld ze ook gevestigd zijn, hebben ze te maken met dezelfde uitdagingen als andere ondernemingen, en met de groei van zowel de familie als de onderneming moeten ze ook oplossingen ontwikkelen voor een scala aan specifieke problemen. De economische omstandigheden zijn zwaar, en er doen zich aanzienlijke veranderingen voor in de sector van de familiebedrijven. Ze moeten kunnen opereren in een moeilijke mondiale economische omgeving, terwijl ze ook te kampen hebben met onvermijdelijke veranderingen voor wat betreft de generaties binnen de familie.

PwC Family Business Survey
In 2014 voerde PwC weer een wereldwijd onderzoek uit naar familiebedrijven. Hiervoor werden beslissingsbevoegden in familiebedrijven in meer dan 40 landen geïnterviewd, van startende bedrijven tot ondernemingen die soms al meer dan vijf

generaties bestonden. Dit onderzoek wordt elke twee jaar gehouden om de sterkten en zwakten vast te stellen van familiebedrijven in de snel veranderende wereldeconomie. De resultaten van dat onderzoek werden eind 2014 gepubliceerd en daaruit bleek dat de sector van de familiebedrijven dynamisch en veerkrachtig is, maar ook dat er grote veranderingen te verwachten zijn. Het is duidelijk dat deze wereldwijde veranderingen ook impact hebben op onze lokale familiebedrijven. Vanuit een maatschappelijk standpunt is het van cruciaal belang dat plaatselijke familiebedrijven sterk en gezond blijven. Daarom is het hoog tijd dat zowel de familiebedrijven zelf als de maatschappij als geheel rekening houden met de specifieke uitdagingen waarvoor deze belangrijke groep zich gesteld ziet.

De Nieuwe Economische Realiteit
De 'nieuwe' economische situatie heeft geleid tot een heftiger concurrentie, toe-

nemende prijsdruk, veeleisender klanten en strakke marges. Familiebedrijven moeten accepteren dat de omstandigheden van vóór de recessie nu waarschijnlijk niet zullen terugkeren. De economie is nu een koudere en hardere plek geworden voor het familiebedrijf. Met de zogenoemde mondiale megatrends zoals demografische veranderingen, globalisatie, urbanisatie, en de digitale revolutie voltrekken zich gigantische veranderingen. Deze trends zullen een aanzienlijke impact hebben op de economie en zullen het zakelijk landschap meer onvoorspelbaar en verscheurd maken. De snelheid waarmee de veranderingen zich voltrekken, blijft toenemen en familiebedrijven onderkennen dat ze zich sneller moeten aanpassen, eerder moeten innoveren en veel professioneler moeten worden in de manier waarop ze hun ondernemingen voeren.

Professionaliseren van de firma en de familie

Een opmerkelijke conclusie van het rapport van 2014 is dat er een duidelijke behoefte is aan een professionalisering van zowel de familie als de onderneming. Bij het professionaliseren van het familiebedrijf gaat het om het bieden van structuur en discipline aan de visie en de ondernemingsgeest die ten grondslag lagen aan de oprichting van het familiebedrijf. Van de andere kant moet dit samengaan met een aanpak om de familie te professionaliseren door, bijvoorbeeld, processen te ontwikkelen op basis waarvan de familie interacteert met de onderneming, inclusief het opstellen van een infrastructuur voor de besluitvorming en

formele kanalen voor de communicatie. Er zijn nog steeds enkele familiebedrijven die zich redden zonder een formeel ondernemingsproces. De meeste grotere firma's, echter, hebben nu gedocumenteerde procedures en beleid geïmplementeerd. Met name jongere en meer ambitieuze ondernemingen noemen professionalisering vaker als een ondernemingsdoel om hun zaak te laten groeien.

Aantrekken en behouden van deskundig personeel

Als familiebedrijven met nieuwe producten nieuwe markten willen betreden, internationaal willen uitbreiden, risico's beter beheren, of effectiever willen innoveren, dan zullen veel van die ondernemingen extern talent moeten inhuren om de deskundigheid en ervaring die daarvoor nodig zijn, binnen te halen. Voor de meeste firma's is het aantrekken en

behouden van gekwalificeerd talent een reden tot zorg en een uitdaging. Familiebedrijven geven aan dat zij het moeilijk vinden om te concurreren met het gestructureerde carrièrepad dat andere ondernemingen en grote bedrijven vaak aanbieden. Het heeft geen zin om deskundig personeel in te huren als het systeem en de interne processen niet professioneel zijn opgezet. Dit is een belangrijke voorwaarde voor deze deskundigen om hun werk effectief te kunnen doen.

Succesvolle opvolging

In veel gevallen is de overgang naar de volgende generatie een moeilijk en emotioneel moment voor het familiebedrijf. Toch komt eens de dag dat de directeur/eigenaar zijn of haar positie moet overdragen aan een andere partij. Helaas kiezen veel eigenaren van ondernemingen ervoor, dit onvermijdelijke gegeven te

negeren. Het resultaat is dat er niet over wordt gesproken en dat er geen plan gemaakt wordt voor de opvolging. Vandaag de dag spelen een aantal factoren die er tezamen voor zorgen dat het opvolgingsproces gecompliceerder is dan ooit tevoren. Een van deze factoren is dat, omdat mensen tegenwoordig later aan kinderen beginnen, er een grotere kloof is tussen de generaties. In veel gevallen bestaat er ook een forse communicatiekloof tussen degenen die de zaak runnen en de volgende generatie die de leiding uiteindelijk zal gaan overnemen. Het ontbreken van een formeel opvolgingsplan kan een aantal problemen veroorzaken, met name wanneer het moment van overgang daar is. Zo kunnen volgende generaties onwillig, onvoorbereid of niet in staat zijn om over te nemen. Of de eigenaar heeft een bereidwillige opvolger op het oog maar de familieleden en andere belangrijke betrokkenen steunen die keuze niet. De eigenaar kan er ook achter komen dat het niet haalbaar is om de zaak binnen de familie te houden. Deze kwesties kunnen moeilijk op te lossen zijn, maar ze kunnen beter tijdig aangepakt worden dan op het laatste moment, wanneer er weinig keuze meer overblijft. De zakenwereld is hard, en als familiebedrijven niet de eigenschappen bezaten om te kunnen slagen, dan zouden hierin niet hebben kunnen overleven. In het huidige economische klimaat is het voor familiebedrijven echter van levensbelang om bovengenoemde uitdagingen aan te gaan om succesvol te blijven. ■

OVER DE AUTEUR

Renate de Lange is tax partner bij PwC Nederland en heeft ruim 15 jaar ervaring in de advisering van familiebedrijven zowel op het gebied van ondernemingsvraagstukken als familie zaken. Renate geeft leiding aan een nationale groep van taxprofessionals die hun expertise bundelen en inzetten voor vermogende families en de top van het Nederlandse familiebedrijf, de Private Wealth Solutions Group. Daarnaast is zij lid van een internationaal netwerk van PwC Partners die zich uitsluitend richt op de advisering van deze groep cliënten.



Mark Eenink MBA
Directeur



Mr. Hans Goorhuis MBA
Directeur

Wij zijn uw partner bij
een bedrijfsovername

Voor meer informatie en profielen zie
www.tauruscorporatefinance.nl

BUSINESS FLITSEN

De LubronGroep start TechniekCenter

Veel bedrijven en zzp'ers moeten snel en gemakkelijk in kunnen spelen op nieuwe ontwikkelingen en marktveranderingen.

Om aan deze vraag te voldoen breidt de LubronGroep aan de Netwerkweg 2 in Vorden haar capaciteit verder uit. Het bedrijf zet grote stappen in de techniek om bedrijvigheid zoals innovatie en kennisdeling in de regio te stimuleren. Het aankochte pand bevat een Werkplaats en een Innovatieloods en biedt met 629 m² voldoende ruimte voor ontwikkeling, gezamenlijke projecten, een werk community, trainingen en workshops in de techniek en bouw. De LubronGroep heeft zich de afgelopen 18 jaar bewezen als betrokken werkgever en gedegen projectbureau voor vakbekwame medewerkers in de techniek en bouw op alle niveaus. De nieuwe locatie in Vorden geeft ruim de mogelijkheid verder te specialiseren en uit te breiden. De sectoren metaal en industrie die nu in Hengelo Gld door Lubron worden bediend gaan na een verbouwing naar Vorden. De installatietechniek blijft in Hengelo Gld. In de ruime werkplaats kunnen bedrijven en zzp'ers gebruikmaken van ruimte, arbeidscapaciteit en materiaal. Hebben klanten bezettingsproblemen en/of willen ze gebruik maken van de uitgebreide faciliteiten van de werkplaats, dan kunnen ze samen met de vakmensen van de LubronGroep hier hun projecten realiseren. De werkplaats wordt zodanig ingericht dat op efficiënte wijze zeer uiteenlopende projecten op kleine schaal kunnen worden uitgevoerd. In de Innovatieloods worden - met behulp van CAD-software en 3D-print technieken - (duurzame) concepten uitgedacht en fysieke toepassingen vervaardigd voor techniek en bouw.

■ www.lubrongroep.nl



Innovatieve MKB bedrijven centraal

Investeringsprogramma OP-Oost versterkt de concurrentiepositie van Oost-Nederland in Europa. Onlangs hebben gedeputeerde Annemieke Traag van Gelderland en gedeputeerde Eddy van Hijum van Overijssel in Nijmegen het programma OP-Oost 2014-2020 gelanceerd.

Met OP-Oost wil Oost-Nederland haar concurrentiepositie binnen Europa versterken en zich verder ontwikkelen als toonaangevende innovatieve Europese regio. OP-Oost is vooral bedoeld voor het MKB. In OP-Oost zijn twee prioriteiten gesteld: versterking van onderzoek, technologische ontwikkeling en innovatie en ondersteuning van de overgang naar een koolstofarme economie in alle bedrijfstakken. ICT, water, chemie en de creatieve en maakindustrie zijn daarbij sleuteltechnologieën. Vier gebieden staan centraal: High Tech Systemen en Materialen (HTSM), gezondheid (Health), Agrofood en Energie & Milieutechnologie (EMT). Voor OP-Oost heeft de Europese Unie 100 miljoen beschikbaar gesteld en het Rijk 18 miljoen. Overijssel en Gelderland dragen 47 miljoen bij. De beide gedeputeerden lanceerden OP-Oost tijdens de Gelderse Nacht van de Economie. Volgens hen levert OP-Oost een belangrijke stimulans op voor de regionale economie. Het budget van OP-Oost wordt ingezet door middel van subsidies. Bedrijven kunnen projecten indienen. Een eerste openstelling is op 16 februari van start gegaan. Ruim 80 bedrijven hebben inmiddels subsidie aangevraagd voor onderzoek, een haalbaarheidsstudie of voor het opstellen van een businesscase. De regeling is zo'n groot succes, dat het plafond van 1,8 miljoen ruimschoots overschreden is. Daarmee blijkt de regeling in een grote behoefte bij ondernemers te voorzien. De volgende openstelling wordt voorzien in april.

De nieuwe WKR: wat verandert er?

Sinds 1 januari 2015 moeten alle werkgevers de nieuwe Werkkostenregeling (WKR) toepassen bij het geven van vergoedingen en verstrekken van zaken aan medewerkers. Vergeleken met de oude fiscale regels heeft de werkgever minder te maken met allerlei complexe bepalingen en administratieve verplichtingen. Wel kan hij nog steeds gebruik maken van veel mogelijkheden om eigen beleid op dit gebied te ontwikkelen.

We beperken ons hier tot de belangrijkste veranderingen ten opzichte van de tot 2015 geldende regels.



Loon

Volgens de Belastingdienst is loon "alles wat een werknemer krijgt op grond van zijn dienstbetrekking." Het kan dus zijn dat daarvoor de bestaande arbeidsvoorwaarden moeten worden aangepast. Daarnaast stelt de Werkkostenregeling nieuwe eisen aan de financiële en salarisadministratie. Voor alle duidelijkheid: onder loon wordt naast geld, ook loon in natura verstaan. Niet over al het loon moet belasting worden betaald, er is een zogenoemde vrije ruimte van 1,2% van de loonsom. Tot

vorig jaar was die vrije ruimte 1,5%. Binnen die vrije ruimte is noch door de werkgever, noch door de werknemer belasting verschuldigd over zaken of kosten die worden vergoed, verstrekt of ter beschikking worden gesteld. Daaronder vallen ook bonussen en eindejaarspremie's. Wanneer de vrije ruimte geheel opgesoupeerd is, is de werkgever over alles wat daarboven wordt vergoed, verstrekt of ter beschikking gesteld, verplicht om daarover 80% eindheffing te betalen. Dit is met name van belang voor werkge-

vers met veel parttime werknemers en/of lage lonen, omdat de kosten in deze gevallen dan al snel worden gemaakt, en snel oplopen.

Loon in natura

Het zogeheten loon in natura wordt in de WKR op een nieuwe manier gewaardeerd. Die waarde mag niet meer worden vastgesteld op de besparingswaarde: het bedrag dat de werknemer door de verstrekking bespaart in vergelijking met het bedrag dat andere personen, vergelijkbaar met de werknemer, normaal gesproken

zouden uitgeven aan de verstrekking. De normbedragen voor loon in natura blijven grotendeels onveranderd, al is de waardering vereenvoudigd voor huisvesting en voor inwoning op de werkplek en van maaltijden die op de werkplek worden verstrekt. Worden deze maaltijden aangewezen als eindheffingsloon, dan hoeft niet meer per werknemer worden bijgehouden hoeveel maaltijden hij of zij gebruikt. Bovendien hoeft geen aparte administratie worden bijgehouden van warme en koude maaltijden, alleen het totale aantal maaltijden dat vervolgens wordt vermenigvuldigd met het normbedrag dat daar voor staat.

Noodzakelijkheidscriterium

Voor veel beroepen hebben de werknemers bepaalde gereedschappen nodig om hun werk goed te kunnen doen. Dat 'goed' wordt in eerste instantie beoordeeld door de werkgever. Als hij dat noodzakelijk vindt (het zogeheten noodzakelijkheidscriterium), kan hij bijvoorbeeld bepaalde gereedschappen, computers (dus ook laptops en tablets), mobiele communicatie-apparatuur (smartphones) en dergelijke ter beschikking stellen aan de werknemer(s). Over deze spullen is dan geen belasting verschuldigd. Echter, als de werkgever de abonnements- en gesprekskosten van een privé mobiele telefoon vergoedt, dan komt die vergoeding nu nog ten laste van de vrije ruimte. De werkgever heeft dus meer vrijheid vergeleken met de voorgaande regelingen. Dit zal echter ongetwijfeld tot discussies leiden met de Belastingdienst.

Producten uit eigen bedrijf

Voor korting op producten uit eigen bedrijf geldt vanaf 2015 een gerichte vrijstelling. Als de werkgever een werknemer een korting of vergoeding geeft bij de aanschaf van producten uit eigen bedrijf, dan is dit onder de volgende voorwaarden gericht vrijgesteld:

- de producten zijn niet branchevreemd;
- de korting of vergoeding is per product maximaal 20% van de waarde van dat product in het economische verkeer;
- de kortingen of vergoedingen bedragen in 2015 samen niet meer dan € 500.

Voorzieningen op de werkplek

Tot 1 januari 2015 was alles wat de werk-

De werkgever heeft dus meer vrijheid vergeleken met de voorgaande regelingen.



gever binnen de werkkostenregeling aan een werknemer verstrekt, vergoed of ter beschikking stelt voor zijn dienstbetrekking, loon. Maar een aantal voorzieningen is op nihil gewaardeerd. Deze 'nihilwaarderingen' gaan niet ten koste van de vrije ruimte. Als voor deze voorzieningen een vergoeding in geld wordt betaald of de voorziening aan de werknemer wordt verstrekt (de werknemer wordt eigenaar), dan is er sprake van een belaste vergoeding of verstrekking. Sinds 1 januari 2015 maakt het voor een aantal voorzieningen niet meer uit of deze vergoed, verstrekt of ter beschikking worden gesteld. Bovendien is de eis vervallen dat de arbovoorziening alleen op de werkplek gebruikt mag worden. In al deze situaties geldt een gerichte vrijstelling die niet ten koste gaat van de vrije ruimte. Het gaat om de volgende voorzieningen:

- arbovoorzieningen op de werkplek;
- arbovoorzieningen buiten de werkplek (bijvoorbeeld een medische keuring);
- hulpmiddelen die ook buiten de werkplek gebruikt kunnen worden en die de werknemer voor 90% of meer zakelijk gebruikt.

Berekening op concernniveau

Werd de eindheffing van de werkkostenregeling tot 2015 per werkgever berekend,

sinds 1 januari 2015 mag deze eindheffing op concernniveau worden berekend. Binnen het concern wordt de vrije ruimte over het totale loon van het concern berekend. Dat kan voordelig zijn omdat zo de vrije ruimte van alle concernonderdelen benut kan worden. Het concernonderdeel met het hoogste fiscale loon moet eindheffing betalen over het bedrag dat boven de collectieve vrije ruimte uitkomt. Uiterlijk bij de aangifte over het 1e tijdvak van het volgende kalenderjaar moet worden beslist of de concernregeling wordt toegepast.

1x per jaar toetsen

De werkgever heeft de vrijheid om of per aangiftetijdvak, of 1x per jaar de vrije ruimte te toetsen. In het geval dat aan het einde van het kalenderjaar blijkt dat de vrije ruimte is overschreden en er dus eindheffing moet worden betaald, moet dat uiterlijk bij de aangifte over het 1e tijdvak van het volgende kalenderjaar. De eindheffing mag ook per aangiftetijdvak worden aangegeven en betaald. ■

■ Meer info: www.belastingdienst.nl

Ondernemers krijgen regelmatig te maken met kwesties die direct invloed hebben op hun onderneming, maar waarvoor zij zelf niet de tijd en draagkracht hebben om hiermee aan de slag te gaan.

Ondernemersvereniging VNO-NCW Midden komt op voor de belangen van ondernemers in de provincie Gelderland, waaronder in de Achterhoek.

Verenigingsvoorzitter Jacco Vonhof en Ron van Gent, directeur VNO-NCW Midden, vertellen wat de vereniging voor het Achterhoekse bedrijfsleven kan betekenen.



Werkgeversvereniging VNO-NCW Midden

Het effect van een goede lobby

“VNO-NCW is een lobbyclub voor ondernemers en ondernemingen”, vertelt Jacco Vonhof. “De landelijke vereniging in Den Haag is gevestigd in de Malietoren en heeft haar focus op Den Haag en Brussel. Onder deze koepel vallen vijf regionale verenigingen, waarvan VNO-NCW Midden met 2.000 leden de grootste is. Net als de landelijke hoofdorganisatie heeft VNO-NCW Midden als doel te lobbyen op bovenregionale en regionale thema’s die ondernemers raken. Maar die lobbyfunctie kun je alleen uitvoeren als je ook weet welke kwesties bij de werkgevers spelen. Daarom bieden we onze leden een zeer uitgebreid netwerk en organiseren we meer dan honderd ledenbijeenkomsten per jaar. Tijdens deze bijeenkomsten ontmoeten we hen en kunnen we peilen wat er in de regio speelt.

Andersom weten ondernemers ons ook te vinden en kaarten zij zelf onderwerpen aan.” “Het voordeel is dat elk van de elf regio’s die onder VNO-NCW Midden vallen een eigen voorzitter met eigen bestuur heeft”, licht Ron van Gent toe. “Zij fungeren in feite als de haarvaten, halen de informatie uit de regio’s zodat onze vereniging deze kwesties op provinciaal niveau kan aanvliegen door te lobbyen en onderwerpen te agenderen.

Deze bestuursleden fungeren als verbindingpersoon naar Den Haag. Andersom geldt dit ook voor bijvoorbeeld grote dossiers die in Den Haag ontstaan zoals het sociaal akkoord rondom de Participatiewet. Wij gaan dan met deze informatie naar onze leden om samen met de ondernemers een concrete oplossing te

ontwikkelen.” Vonhof: “De rol van de regio wordt steeds belangrijker, waar de invloed van Brussel toeneemt maar die van Den Haag juist afneemt. Daarmee wordt ook de rol van onze vereniging steeds groter en komen er veel dossiers bij ons op tafel te liggen.”

Groter draagvlak

VNO-NCW Midden werkt intensief samen met bedrijvenkringen en het MKB. Een groot aantal bestuursleden is bovendien ook lid van regionale en lokale verenigingen en organisaties, waaronder industriële kringen. “Lobbyen gaat het beste als je naast je eigen achterban ook nauwe contacten onderhoudt met andere belangenpartijen”, zegt Vonhof. “We werken sinds enige tijd al nauw samen met MKB-Nederland en dit is verder geïnten-

siveerd aangezien VNO-NCW Midden sinds augustus 2014 samen met deze belangenvereniging in Het Nieuwe Kantoor in Apeldoorn is gevestigd. Verder werken we op de 10^e verdieping van ons nieuwe kantoor samen met partijen zoals FME, TLN, Bouwend Nederland en Koninklijke Metaalunie waardoor je heel snel informatie uit kan wisselen en gezamenlijk bijeenkomsten kan organiseren zoals de IndustrieTop over het belang van de maakindustrie. Zo vergroot je elkaars draagvlak.”

provinciaal niveau aangekaart. Dit jaar zal er het nodige gaan gebeuren, maar het is natuurlijk wel belangrijk dat dit dusdanig wordt aangepakt dat de ondernemers er niet te veel door gehinderd worden doordat bijvoorbeeld alle knelpunten tegelijkertijd worden verholpen.” Een derde punt is financiering. “Veel kredieten zijn voor ondernemers niet beschikbaar. Op dat gebied is vernieuwing nodig. In de regio Achterhoek is bijvoorbeeld een van de eerste kredietcorpora-

“Het grote voordeel is dat het regionaal akkoord in de ene regio als leidraad kan dienen in de andere regio’s. Zo word je vanzelf een expert.”



Jacco Vonhof

Vijf thema’s

De onderwerpen waar VNO-NCW in lobbyt zijn gebundeld in vijf verschillende thema’s. Vonhof licht de thema’s toe: “Binnen onze pijler arbeidsmarkt en onderwijs zijn we bijvoorbeeld actief bezig geweest met de Participatiewet en het sociaal akkoord. Samen met het onderwijs, de regionale overheidsinstellingen, vakbonden en de ondernemers zijn er werkbedrijven opgericht en convenanten ondertekend. Het grote voordeel is dat het regionaal akkoord in de ene regio als leidraad kan dienen in de andere regio’s. Zo word je vanzelf een expert. Dit jaar is het zaak om met het sociaal akkoord meters te gaan maken en de landelijke politiek in de gaten te houden.” Een tweede thema is ruimtelijke ordening en infrastructuur. “Midden-Nederland kent een aantal infrastructuurle knelpunten zoals de A1, de A30 en het knooppunt tussen de A15 en de A30. Deze kwesties hebben we al meerdere malen op

ties opgericht met de naam Naoberkrediet. Maar omdat er nog veel te halen valt, zullen er in de toekomst nog meer partijen bij betrokken worden.” Internationalisering staat eveneens standaard op het programma, aangezien veel leden internationaal georiënteerd zijn. “We organiseren onder andere bijeenkomsten voor onze leden en ook blijven we lobbyen om internationalisering op de kaart te krijgen. Sommige sectoren hebben te maken met een krimpende thuismarkt en moeten een deel van hun omzet over de grenzen halen.” Het laatste punt is innovatie en duurzaamheid waarbij wordt gekeken hoe ondernemers hiermee aan de slag kunnen om hun bedrijfsprocessen te optimaliseren en zich klaar te stomen voor de toekomst.

Doorpakmentaliteit

Deze thema’s komen ook in de Achterhoek tot uiting. Van Gent: “Deze regio is met 400 leden al



Ron van Gent

jaren de grootste regio binnen VNO-NCW Midden. De leden trekken veel samen op en hebben een nuchtere doorpakmentaliteit. Zo trekken ze ook zelf naar Brussel toe om daar hun belangen te bepleiten. De Achterhoek staat met de aanwezige demografische ontwikkelingen voor een uitdaging en dat wordt met de Achterhoek Agenda 2020 actief aangepakt doordat overheid, onderwijs en ondernemers goed samenwerken. De Achterhoek heeft heel veel potentie met een hele sterke maakindustrie met bedrijven die marktleider zijn of aanjagers van innovatieve ontwikkelingen. Samen

organisaties en branches in de gastvrijheidseconomie vertegenwoordigd met als doel om het toerisme in Nederland te bevorderen en de verblijfsduur van toeristen te verlengen. In navolging van het deelproject Gastvrij Overijssel willen we dit ook in Gelderland gaan uitrollen. Hiervoor is het wederom noodzaak om partijen bij elkaar te brengen, samen een agenda op te stellen en te kijken hoe we dit kunnen realiseren.” Verder zal de samenwerking met onder andere MKB-Nederland verder worden aangehaald. “Samen kunnen we nog grotere stappen in de regio’s zetten. Denk

De Achterhoek heeft heel veel potentie met een hele sterke maakindustrie met bedrijven die marktleider zijn of aanjagers van innovatieve ontwikkelingen.

met de kennisinstituten organiseren zij Techniekdagen en onderhouden ze nauw contact met onder andere de Hochschule Rhein-Waal in Kleef. De verschillende regionale centra voor techniek en innovatie helpen eveneens om deze maakindustrie in de spotlight te zetten. Onze verenigings-medewerkers helpen om deze initiatieven verder te ontwikkelen en hebben onder andere zitting in de organisatie van Achterhoek Agenda 2020, Bouw Impuls Regio Achterhoek, Gelders Platform Verkeer en Vervoer, Platform Onderwijs/Arbeidsmarkt Achterhoek, Samenwerkende Industriële Kringen Achterhoek en Verbund Niederländisch-Deutscher Unternehmen (VNDU).”

Achterban

Afgezien van projecten binnen deze thema’s is VNO-NCW Midden nog met een extra aantal projecten bezig zoals Gastvrij Nederland. Van Gent: “Binnen Gastvrij Nederland zijn 16

aan het aanbestedings- en inkoopbeleid dat bij veel gemeenten nog niet helemaal gunstig uitpakt voor MKB-ondernemers of de regionale zzp’ers en zzp’ers. Er ontbreekt daar nog een middenlaag tussen de landelijke en lokale organisaties. Ten slotte is het ook belangrijk om leden te attenderen op de functie en het belang van de provincies. In de aanloop naar de verkiezingen voor de provinciale staten hebben we zelf een 10-puntenprogramma opgesteld en hebben we de programma’s en de coalitie-akkoorden van de politieke partijen nauwlettend in de gaten gehouden.” “De beste manier van lobbyen is zorgen dat je zelf een concrete bijdrage levert. Met de enorme achterban en connecties die we inmiddels hebben opgebouwd kunnen we de komende jaren nog flink wat bergen verzetten”, aldus Vonhof. ■



Met UNLOCK, IPRO en Actieplan Achterhoek-Borken

Over de grens!

Voor het midden- en kleinbedrijf in grensgebieden is het lastiger om werknemers te vinden dan voor centraler gelegen bedrijven. De grens vormt een culturele en taalkundige barrière en de bemiddelingssystemen sluiten niet op elkaar aan. Ook zijn er verschillen in arbeidsrecht, sociale verzekeringen en belastingwetgeving. Reden genoeg voor veel meer afstemming.



ing. Walter Leemreize MSc., beleidsadviseur/ontgrenzer Regio Achterhoek



Dr. Gerd Eckstein, Landrat Kreis Borken

Wat doet de overheid om grensbarrières weg te nemen?

De Euregio, het samenwerkingsverband van een aantal Duitse Kreisen, de Achterhoek en Twente, dient in 2015 een subsidieaanvraag van ruim twee miljoen euro in bij de Europese Unie voor deelname aan UNLOCK: een nieuw Europees project. Doel hiervan is ontsluiten van de Duits-Nederlandse grensregio’s voor vakkrachten in het MKB en stimuleren van grensoverschrijdende arbeidsmobiliteit. Zo komen meer mensen aan het werk aan beide zijden van de grens en weten bedrijven elkaar beter te vinden.

De subsidie is afkomstig uit het Europese INTERREG V-programma, dat de Nederlands-Duitse samenwerking tot 2022 met 440 miljoen euro ondersteunt. De helft komt van de Europese Unie, de andere helft van de INTERREG- en projectpartners. Ook de Achterhoekse gemeenten dragen bij.

Wat gaat er gebeuren?

Allereerst wordt de informatieoverdracht centraal georganiseerd; wat komt er allemaal kijken bij ‘werken over de grens’? Dat varieert van de waarde van diploma’s tot cultuurverschillen. Er komen PR-activiteiten en praktijkvoorbeelden. Daarnaast is betere afstemming nodig tussen bemiddelingsin-

stanties en uitzendbureaus aan beide zijden van de grens. Ook komen er GrensInfoPunten (GIP’s), waar zowel bedrijven als werkzoekenden terecht kunnen met vragen. In Gronau komt het GIP voor de Euregio.

Wat gebeurt er naast UNLOCK nog meer?

In de Achterhoek is ‘ontgrenzer’ Walter Leemreize in opdracht van Regio Achterhoek aan de slag. Hij stelt samen met Kreis Borken een dynamisch, grensoverschrijdend actieprogramma op. Dat is vooral gericht op arbeidsmarkt en samenwerking in onderwijs en zorg. Denk aan grensoverschrijdende Innovatiehubs, het opzetten van een Duits-Nederlands innovatienetwerk en het stimuleren van Duits als tweede taal in het onderwijs.

Leemreize: “We gaan klein beginnen, met heel concrete projecten. Wat ik doe is informeren, aanjagen of vlottrekken van een project. Mijn collega Gerd Eckstein van Kreis Borken doet hetzelfde aan de andere kant van de grens.”

Intelligente producten: Smart Industries (IPRO)

Leemreize hoopt vooral dat IPRO, de opvolger van ‘Mechatronica’, veel aanmeldingen

van innovatieve bedrijven uit de Achterhoek en Borken gaat opleveren. Ook voor dit project, gericht op het stimuleren van technische innovatie, is momenteel een subsidieaanvraag in voorbereiding. “Bedrijven kunnen veel hebben aan grensoverschrijdende transfer van know-how”, aldus Leemreize. ■

■ **Meer weten?** Neem contact op via w.leemreize@regio-achterhoek.nl of 06-22 54 04 13. Zie voorts ook www.euregio.eu en www.deutschland-nederland.eu

INFORMATIE VOOR ONDERNEMERS

- Er zijn spreekuren bij de Euregio en voorlichtingsbijeenkomsten over UNLOCK bij MKB-Oost en het Werkgeversservicepunt.
- Het Mobiliteitscentrum plaatst bedrijfs- en organisatieprofielen met vacatures, onderzoeksoopdrachten of stages en zoekt een match met professionele werkzoekenden; zie vacaturebank-achterhoek.nl
- De Duitsland Desk ondersteunt ondernemers en werkzoekenden die willen ondernemen of werken in Duitsland; zie www.duitsland-desk.nl
- Ook kunt u een praktijktraining volgen voor ondernemen over de grens; zie starteninduitsland.nl



Trends 2015 volgens trendwatcher Adjiedj Bakas

‘Wie als ondernemer even indut, verliest’

“Als er twee wegen zijn, neem dan de moeilijke, want op de gemakkelijke is het meestal dringen”. Trendwatcher Adjiedj Bakas vindt er in zijn boek ‘Trends 2015’ geen doekjes om. 2015 wordt zeker geen makkelijk jaar en de concurrentie zal vaak moordend zijn. “Wie als ondernemer even indut, verliest”, aldus Bakas.

Ondernemers worden uitgedaagd door nieuwe spelers op de markt. Bakas wijst op de outsiders en de jonge techies die hun intrede doen, maar ook op de veranderende verdienmodellen. “Wendbaarheid is tegenwoordig key voor ondernemingen”, onderstreept Bakas. Maar ook de aandacht voor mensen in loondienst mag volgens hem niet verslappen. “Bedrijven willen nu eenmaal meer werk met minder mensen doen en je moet beter presteren dan je collega’s. Iedere werknemer moet excelleren, anders word je ver-

vangen door een flexibele zzp’er. Werknemers ervaren een hogere werkdruk en ze hebben minder het gevoel hun eigen taken te kunnen organiseren. Van de 4,6 miljoen verzuimdagen die ArboNed in de eerste helft van 2014 registreerde, had tien procent te maken met stress. Dat is acht keer zoveel als in 2009.”

Grote Versobering

Maar ook de meer dan een miljoen zzp’ers moeten volgens Bakas in 2015 natuurlijk blijven excelleren. “Je moet positieve aan-

bevelingen van huidige en oude klanten hebben, je moet bestaande klanten belonen met een permanent knuffeloffensief en je moet straatmadelief zijn en overal netwerken.”

Het aantal zzp’ers stijgt en zij verenigen zich (in de steek gelaten door de politiek en de grote bedrijven) steeds meer zelf in eigen verzekeringen als broodfondsen. “Online platformen maken het bovendien mogelijk dat mensen hun diensten, auto, huis gemakkelijk zelf verwaarden”, beredeneert Bakas. “Gewone burgers bouwen zonnepanelen op hun dak of kopen samen met hun bureau energie in.”

Volgens Bakas is dit ook een gevolg van de Grote Versobering. “De middenklasse verarmt, huishoudens hebben te hoge schulden en het wordt tijd voor anders leven. De markt voor ‘hoop en troost’ groeit daarom in 2015: Nederlanders zoeken elkaar op en helpen elkaar.

Delen en ruilen past hier ook bij. Peer-to-peer-capitalism maakt haar opmars. Door

tussenhandel en tussenpersonen buiten spel te zetten, krijgen burgers meer macht, worden transactiekosten naar beneden gebracht en ontstaat een meer inclusieve economie: iedereen kan eraan deelnemen.” De kracht van deze nieuwe vorm van economie heeft de monopolies van bestaande industrieën in een paar jaar tijd weggevaagd. “De taxi- en hotelbranche zijn hun machtspositie bijvoorbeeld kwijtgeraakt door platforms als Uber en AirBnB”, illustreert Bakas.

Als ondernemer is het tegenwoordig dan ook niet alleen zaak om wendbaar te reageren op vernieuwing en kansen, maar ook om de veerkracht te bezitten om

onverwachte klappen te kunnen opvangen. “De succesvolle bedrijven van de toekomst zijn er op gericht om snel te leren, in plaats van zich te richten op het behouden van de status quo”, licht hij toe. “Flexibilisering van bedrijfsprocessen en IT-oplossingen is een aanrader voor bedrijven die strategisch wendbaar willen blijven. Wendbaarheid is namelijk één van de belangrijkste overlevingsstrategieën voor bedrijven.”

Serie-ondernemer

De levenscycli van bedrijven wordt steeds korter naarmate technologie zich exponentieel ontwikkelt en businessmodellen

sneller verouderen. De serie-ondernemer rukt op: de ondernemer die een bedrijf begint, tot bloei brengt en het dan verkoopt en weer een ander bedrijf begint (zie John de Mol). Met één bedrijf en één bedrijfsnaam je hele ondernemerscarrière doorgaan wordt eerder uitzondering dan regel. Maar ook de serie-werknemer neemt toe. Mensen van 35 hebben nu al gemiddeld zeven banen gehad en die trend zet door in 2015.

Ook de consument wisselt steeds sneller. “Klanten worden steeds minder merken-trouw. Tegenwoordig switchen ze om het minste of geringste van merk, ook als het gaat om banken en verzekeraars. De belangrijkste reden hiervan is de opkomst van social media en internet. Ze maken consumenten beter geïnformeerd en mondiger. Juist in deze tijd zijn consumenten gevoeliger voor customer service. Wanneer een merk zijn klanten in de steek laat zodra er iets mis is met een product, laten klanten het merk massaal vallen.”

Verbonden

Kortom, het nieuwe jaar staat volgens Bakas in het teken van wij. Door middel van de opkomst van de ruil- en deeleconomie, maar ook het peer-to-peer kapitalisme dat haar opmars maakt. “Bedrijven gaan op zoek naar een nauwere verbintenis met klanten”, aldus Bakas.

“Nederlanders willen meer dan ooit verbonden zijn in plaats van zich virtueel verbonden wanen. Zijn wordt belangrijker dan schijn.” ■

■ www.bakas.nl

BIOGRAFIE ADJIEDJ BAKAS

Trendwatcher Adjiedj Bakas (1963) schreef verschillende bestsellers over de toekomst, waaronder in 2014 *Plenty*, *Megatrends Water, Energie en Grondstoffen* en *Megatrends Werk*, over banen die verdwijnen en banen die gaan komen. Eerder publiceerde hij onder andere *The Future of Food*, *The State of Tomorrow* en *Het Einde van de Privacy*. Er werden de afgelopen jaren meer dan 700.000 exemplaren van zijn boeken verkocht.

VOOR U GELEZEN

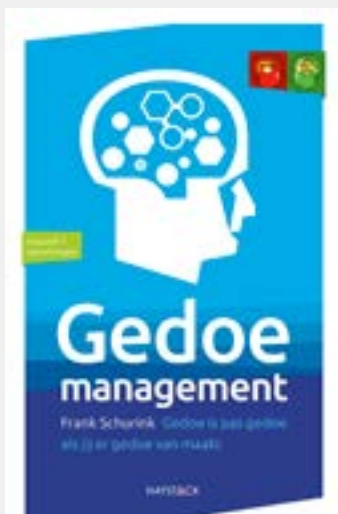
Gedoe management

Gedoe is pas gedoe als jij er gedoe van maakt.

In eerste instantie, als je het boek doorbladert, lijkt het een soort wetenschappelijke verhandeling over het brein. Maar bij nader inzien is het verhaal dat Frank Schurink vertelt, zeer leesbaar. Met name omdat het zoveel herkenbare elementen bevat. Want wie ergert zich nu nooit aan collega's, werk, echtgeno(o)t(e) enzovoort? In de inleiding geeft Schurink al aan: wat voor de één gedoe is, is voor de ander een uitdaging, een leuke taak om de dag te vullen. Een leuke samenvatting is: gedoe management is omgaan met gedoe zodat je er geen last meer van hebt.

Naast deze staan er nog veel meer kreten in het boek, en wellicht is het even doorbijten om het gehele boek door te nemen – maar het is zeker de moeite waard en zal voor velen een eye-opener zijn.

- Uitgeverij: Haystack, www.haystack.nl
ISBN: 9789461261076
Uitvoering: Gebonden
Omvang: 160 pagina's
Prijs: €16,50 euro



Meer verkopen met je webshop in 60 minuten

Niet voor digibeten, dat is de eerste indruk die we kregen bij het bekijken van het boekje van beide schrijvers. Zeker omdat veel mensen tegenwoordig voor zichzelf beginnen en een webshop starten, zou het handig zijn om in ieder geval een verklarende woordenlijst in het boekje op te nemen. De heren gaan er blijkbaar van uit dat iedereen weet wat clickrates zijn, SEO, en organische zoektochten. Ben je wel op de hoogte van wat al die termen inhouden, dan is het best een nuttig boekwerk, met praktische tips en suggesties om een succes te maken van je webshop. Of je dat in 60 minuten gaat redden, ligt dus ook een beetje aan jezelf.

- Uitgeverij: Haystack, in samenwerking met Frankwatching.com
ISBN: 9789461261090
Auteurs: Roman Markovski en Dennis Vreeke
Uitvoering: Paperback en e-book
Omvang: 160 pagina's
Prijs: 12,50 euro



Geld verdienen met jezelf

Begin voor jezelf, doe waar je goed in bent en bepaal je eigen toekomst

De auteur van dit boek, Tony de Bree, is niet de eerste de beste ondernemer die wat ervaringen aan het papier toevertrouwt. Als ex-bankier was hij jarenlang verantwoordelijk voor het beoordelen van dot-com-ondernemers en succesvolle startups. De Bree weet dus waar hij het over heeft, en al klinkt het verhaal op de omslag als de zoveelste publicatie vol met kretologie over hoe je rijk kunt worden, de 'Tony's Gouden Regels voor Succes' hebben wel degelijk raakvlakken met de echte zakenwereld. In het voorwoord echter waarschuwt hij al: het overstappen van een vaste baan naar zelfstandig ondernemer zal niet van een leien dakje gaan.

In overzichtelijke hoofdstukken en zeer leesbare teksten geeft De Bree praktische tips voor de (startende) ondernemer.

- Uitgeverij: Haystack, www.haystack.nl
ISBN: 9789461261083
Auteur: Tony de Bree
Uitvoering: Paperback en e-book
Omvang: 240 pagina's
Prijs: €18,50 euro



Volg, check en maak kennis met Oost-Gelderland Business



@redactie_ogb

Volg ons voor het laatste regionale nieuws en updates rondom onze evenementen. Of geef feedback op het magazine.



www.oostgelderlandbusiness.nl

Check op onze vernieuwde website het laatste nieuws uit de regio, zoek naar bedrijven in ons uitgebreide bedrijvenregister en lees de columns van onze vaste columnisten. Heeft u interessante informatie voor onze website of wilt u columnist worden? Stuur een email naar sofie@vanmunstermedia.nl



Blader alle printedities van Oost-Gelderland Business ook online door met onze handige blockspagina's. Ook zeer geschikt voor tablet en smartphone!



Bezoek onze BOB-borrels en maak kennis met ondernemers uit de regio. Meer informatie vindt u op bob.oostgelderlandbusiness.nl



Aanpakken in de Achterhoek!

Op zoek naar een geschikte nieuwbouwlocatie voor uw bedrijf?

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

- Het A18 Bedrijvenpark ligt vlakbij de snelweg A18, waarbij niet alleen Nederland maar ook het hele Duitse achterland bediend kan worden. Als bedrijf ben je dus goed en snel bereikbaar, ook bij het water (containerhaven Emmerich).
- Het A18 Bedrijvenpark is geschikt voor bedrijven in een hoge milieucategorie.
- Het A18 Bedrijvenpark is flexibel van opzet: u bepaalt de grootte en de plek op het bedrijvenpark.
- Het A18 Bedrijvenpark is gelegen in de Achterhoek, een regio met veel innovatieve bedrijven en personeel met een goede arbeidsethos: als bedrijf bevind je je dus in goed gezelschap.
- Het A18 Bedrijvenpark staat voor maatwerk. Samen met u zorgt de gemeente Doetinchem dat uw bedrijf snel en passend een juiste plek krijgt.

Interesse in een kavel?

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

