



Dit document wordt u aangeboden door:

OOST-GELDERLAND

BUSINESS

[klik hier voor meer artikelen](#)

OOST-GELDERLAND

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE | JAARGANG 8 | NUMMER 4 | SEPTEMBER 2012

BUSINESS®

coverstory

Frappant

Spetterende communicatie
maakt merken sterker

Ondernemer in beeld:

'De Achterhoek heeft meer te
bieden dan alleen weilanden'

Forum:

Zinvol discussiëren over
communicatie



Nationaal

Jos Burgers, 'Alleen klanten
helpen je door de crisis'



50 ideeën voor uw nieuwe website*



Kan uw onderneming wel wat extra klanten gebruiken? Wilt u het maximale uit uw website halen maar hebt u geen idee hoe u moet beginnen? Probeer dan een MySpott website 30 dagen gratis uit. U krijgt een professionele website, die gemakkelijk te onderhouden is en goed vindbaar is in zoekmachines zoals Google.

Naast uw website kunnen wij u ook helpen met online marketing, huisstijl, inzet van social media en zoekmachine-optimalisatie.

Meer weten?

Bezoek onze website of bel ons voor een persoonlijk gesprek.



www.myspott.nl/business



0318 - 712 400

De voordelen

- › Een website met een professionele uitstraling
- › Eenvoudig zelf pagina's toevoegen en aanpassen
- › 30 dagen gratis uitproberen
- › Persoonlijke uitleg
- › Gratis helpdesk
- › Uitgebreide opties voor zoekmachine-optimalisatie
- › Profiteer van meer dan 15 jaar ervaring met websites

MySpott

Betaalbare websites

* We laten die 50 ideeën graag zien.
Bel ons voor een afspraak!

VOORWOORD

Alle begin is moeilijk

In de vorige uitgave was al te lezen dat het de laatste uitgave van mijn voorganger zou zijn. Logischerwijs is dit dus mijn eerste uitgave. Tja, en hoe begin je dan een voorwoord? Mijn naam is Lars van Bergen, ik ben 33 jaar en ben dus sinds kort hoofdredacteur van Oost-Gelderland Business. Verwacht van mij geen wereldschokkende veranderingen; ik hoop enkel op positieve wijze mijn stempel op OGB te drukken.

Wat kunt u deze uitgave allemaal verwachten? Een special over Reclame en Communicatie met onder andere Twittertips en een erg interessante forumdiscussie, een special over Office en ICT met onder andere alles over de 'stimulerende thuiswerkplek' en tablets. Verder komen vaste verhalen als 'Ondernemer in beeld' en de coverstory uiteraard ook aan bod.

Verder was Oost-Gelderland Business een dag aanwezig op misschien wel het grootste evenement uit het oosten: de Zwarte Cross. Voor ondergetekende was het in ieder geval een even bijzondere als geweldige ervaring!

Dit nummer heb ik met veel plezier in elkaar gezet. Toch wil ik een beroep op u, de lezer, doen. Mocht u iets missen, op- of aanmerkingen hebben, tips, noem het maar op... schroom dan niet om contact met mij op te nemen. Ik kan een hoop van u leren, u kent de regio immers beter dan ik.

*Lars van Bergen
Hoofdredacteur*





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

JAARGANG 8
september 2012, editie 4

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

UITGEVER
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE
Lars van Bergen

EINDREDACTIE
Lars van Bergen

REDACTIE BIJDRAGEN
Eelco Nauta, Sofie Fest, Hans Hooft

VORMGEVING / OPMAAK
Jan-Willem Bouwman, Joost Franken

DRUK
Boumans en Verhagen

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
Van Munster Media B.V.
Ton Niesink t: 06-33307044
Simone Brands t: 024-3738502

ABONNEMENTEN
Abonnementen kunnen op elk gewenst
tijdstip ingaan met een looptijd tot 31
december en worden automatisch ver-
lengd tenzij de abonnee uiterlijk voor
31 oktober schriftelijk opzegt.
Abonnementsprijs per jaar 39 euro
(incl. 2 vermeldingen op
www.oostgelderlandbusiness.nl)

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

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

© 2012 Overname van artikelen is
slechts mogelijk na verkregen schriftel-
ijke 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 Frappant: Spetterende communicatie maakt merken sterker
- 8 Ondernemer in beeld: Fongers & Fongers
- 11 Column Heilbron
- 12 OGB was erbij: Zwarte Cross 2012

Thema Reclame en Communicatie

- 14 Forum: Zinvol discussiëren over communicatie
- 18 Twitter tips
- 20 Feiten over reclame

- 22 Profiel: Pensioenauditor
- 23 Column BonsenReuling
- 26 Business Flitsen

NATIONAAL



I Marketingcollege van Jos Burgers

'Je moet klanten verrassen, hun verwachtingen overtreffen'



VI Macht gaat van adverteerder naar klant, stelt Jan Driessen

'We moeten ons vak opnieuw uitvinden'



XI Egbert Jan van Bel bepleit nieuwe, eigenzinnige keuzes

'Balanceren tussen geld en vriendschap'

- 29 Business Flitsen
- 30 Virtuele beurzen
- 32 Beursdeelname
- 34 Column Lodder-Dales
- 35 Business Flitsen
- 37 Business Flitsen
- 39 Financieel Management
- 40 Boekenpagina

Thema Office

- 42 Office Nieuws
- 43 HNW: nieuwe kantoren
- 46 Stimulerende thuiswerkplek
- 49 Illegale software
- 50 Tablets
- 53 RSI oefeningen



“Sterke merken bouwen, daar zijn we goed in.”

6



Zinvol discussiëren over communicatie – de experts aan het woord

14



“De Achterhoek heeft meer te bieden dan alleen weilanden”

8



Veel gebruikers weten niet hoe ze Twitter effectief kunnen gebruiken

18



Een beurs is de uitgelezen mogelijkheid om in een paar dagen verschillende potentiële klanten kennis te laten maken met uw bedrijf.

2



Opbouwen in uw eigen BV heeft vele voordelen.

31

Waar moet je op letten bij de aanschaf van een tablet?

50

Spetterende communicatie maakt merken sterker

Creativiteit is iets ongrijpbaars. Je kunt het niet afdwingen, maar soms moet je toch binnen een bepaald tijdsbestek iets presenteren aan een klant. De dames en heren van Frappant uit Aalten presteren het elke keer weer. Creatief directeur Dennis Hoftijzer legt uit hoe Frappant al bijna 40 jaar spettert in het oosten van Gelderland.

Vanuit het voormalige zwembad aan de Bredevoortsestraatweg in Aalten bestiert het team van Frappant de regionale markt. De chloordampen zijn natuurlijk al lang niet meer te ruiken, maar de inrichting straalt nog altijd het plezier van een zwembad uit. Zo worden de creatieve geesten letterlijk en figuurlijk in 'het diepe' gegooid voor een brainstormsessie. "Sterke merken bouwen, daar zijn we goed in", zegt Hoftijzer. "Dat is een belofte die we doen. Een belofte die we kunnen nakomen. We zijn een full service reclamebureau. En waar dat een paar jaar geleden misschien een uitgekauwde term was, is het nu juist een van onze grote pluspunten. Als je merken ster-

ker wilt maken, moet je zowel in online als gedrukte media kwaliteit kunnen bieden. Wij adviseren én leveren die mix van geïntegreerde communicatie."

Volgens Hoftijzer is de rol van een reclamebureau veranderd in de loop der jaren. Waar reclamebureaus vroeger relatief veel macht hadden vanwege kennis en techniek, heeft de klant tegenwoordig, door opleidingsniveau en informatie via internet, zelf ook veel kennis in huis. Toch ziet Hoftijzer weer een verschuiving. "Onder andere door de recessie staan budgetten onder druk. Bedrijven worden dus gedwongen om prioriteiten te stellen. Meer en meer besluiten ze terug

te gaan naar de kern, naar hun eigen business. Dát is waar ze zelf de meeste toegevoegde waarde kunnen leveren. Dus schakelen ze de hulp in van een partij die het totale communicatieproces kan regelen. Wij geven strategisch advies, wij ontwikkelen het communicatieconcept en verzorgen de totale uitvoering. Daarnaast dienen we als sparringpartner. In het kort: wij ontzorgen de klant. Denk aan de 'quick fix'; ondersteuning op de korte termijn én het traject van bouwen aan het merk, de langere termijn. In beiden zijn wij sterk."

Authenticiteit

Volgens Hoftijzer moeten we niet blijven hangen in de teneur van de recessie. "Hoe moeilijk het soms ook is, ondernemers moeten vooruit blijven kijken. Maar kijk eerst in de spiegel. Ik weet zeker dat bedrijven die authentiek zijn en dicht bij zichzelf blijven, de bedrijven van de toekomst zijn. Hou vast aan je eigen normen en waarden. En durf lastige of moeilijke beslissingen te



Dennis Hoftijzer;
creatief directeur van Frappant



Het bad, met in de achtergrond 'het diepe'



nemen. Onderzoek heeft uitgewezen dat consistent en professioneel communiceren in moeilijke tijden onmisbaar is. Bedrijven die bewust blijven communiceren met hun doelgroepen doen het aantoonbaar beter, zéker op het moment dat het economisch weer de goede kant op gaat. Je moet constant werken aan die breinpositie bij je klant.”

“Met Frappant zijn wij ook continu aan het werken aan onze merkwaarde. We gaan mee met de tijd. Wij zijn het bureau van vandaag. Niet van gisteren en niet van de toekomst. En dit geldt ook op het gebied van diverse technieken en technologieën. Wij zijn geen trendsetters, maar wel early adapters. En dat werkt voor ons, dat past in onze filosofie. Wij willen kennis, plezier en activiteit uitstralen. We nemen onszelf niet té serieus, maar het merk waar we voor werken wel. En dat loont. Opdrachtgevers zijn tevreden. Er is niets mooiers dan in een eerste gesprek met een potentiële klant te horen dat ze door aanbeveling bij ons terecht zijn gekomen. Dat is meteen het bewijs dat mond tot mond reclame fantastisch werkt. En natuurlijk ook een teken dat we het goed doen met Frappant.”

Fans van de regio

De bekendste campagne van Frappant is misschien wel ECHT Achterhoek. Hoftijzer: “Frappant won enkele jaren geleden

Drie communicatietips toegelicht door Dennis Hoftijzer

1. Weet wie je bent en waar je voor staat.

Verrassend genoeg zorgt de waan van de dag en jarenlang werken op een bepaalde, eigen manier ervoor dat je als bedrijf af kunt drijven van je kern, de échte reden van je bestaan. Daarom is het goed om periodiek stil te staan bij jouw eigen DNA, de kern van de zaak. In die kern zit vaak de passie en de drijfveer om dingen op een onderscheidende manier anders en beter te doen dan anderen. Haal die kern weer naar boven en gebruik dit als startpunt voor authentieke communicatie.

2. Communiceer professioneel en authentiek.

Weet je wat je kern is? Bouw hierop dan je communicatie met de wereld. Maak dingen niet mooier dan ze zijn, maar wees écht en oprecht. Laat wel zien waar je passie zit en je drive om dingen anders en beter te doen. En let op: oprecht zijn is wat anders dan bescheiden zijn!

3. Denk en doe als een merk.

Merkdenken is niet alleen weggelegd voor grote bedrijven. Elk bedrijf van welke omvang dan ook kan (en moet wat ons betreft) denken en doen als een merk. Formuleer én communiceer je merkwaarden consistent en helder, zodat bij je doelgroep jouw merk op den duur automatisch wordt verbonden aan de waarden waarvoor je staat. Zó bouw je aan een sterk merk.

een pitch die door Regio Achterhoek was uitgeschreven. De opdracht was duidelijk: ‘ontwikkel een beeldmerk voor de Achterhoek waarin de kernwaarden dynamisch, eiginzinnig en natuurlijk tot uiting komen’. Wij hebben toen onze aanpak en het nieuwe logo gepresenteerd: ECHT Achterhoek. Hierin komt de authenticiteit van de Achterhoek in zijn puurste vorm naar voren: echte mensen, echte waarden en echte natuur. Ik

vind het belangrijk om te onderstrepen dat het eigenlijk geen campagne is. Er hangen geen commerciële belangen aan. Wij zijn allemaal fans van de Achterhoek en staan voor 100 procent achter deze uiting. Daarom is het zo mooi om te zien dat het door regionale ondernemers wordt geadopteerd. Het logo is steeds vaker te zien op sites, in advertenties, op vrachtwagen en auto’s. Dat maakt je trots!” ■ www.frappant.com

'De Achterhoek heeft meer te bieden dan alleen weilanden'

Onze vorige Ondernemer in Beeld mocht het stokje doorgeven. Jeroen Schoot deed dit aan Jonneke en Diana Fongers. De zussen hebben samen een werving en selectiebureau in Etten. Met veel passie en inzet proberen zij professionals aan een passende baan te helpen of bedrijven van kundig personeel te voorzien.

Hoe kennen jullie Jeroen Schoot, de vorige Ondernemer in Beeld?

Diana: "Ik ken Jeroen via Jong Management Achterhoek, een vereniging gelieerd aan VNO NCW voor jonge ondernemers."

Wat doet Fongers & Fongers?

Jonneke: "Wij werven en selecteren kandidaten op HBO/WO niveau voor diverse bedrijven in de regio Oost-Gelderland. Ik ben het bedrijf in 2001 samen met mijn vader gestart. Na mijn studie werkte ik als intercedent bij Randstad en dit was een logische vervolgstap. Ons grote voordeel is dat we uit de regio komen. Ons kantoor is gevestigd in Etten, we zijn woonachtig in de Achterhoek, hebben ons sociale leven hier en kennen het lokale bedrijfsleven."

Diana: "Ik ben in september 2008 aan boord gekomen. Ik heb ervaring opgedaan bij Start People, maar na een aantal jaar vroeg Jonneke of ik geen interesse had om bij Fongers & Fongers te komen werken zodat het bedrijf verder kon groeien."

Hoe is Fongers & Fongers ontstaan?

Jonneke: "Er bestond en bestaat een vraag naar goed opgeleide vakmensen vanuit het regionale bedrijfsleven. Wij zijn vanaf 2001 actief met het werven en selecteren van kandidaten die passen binnen het profiel en de cultuur van de bedrijven waarvoor wij

werken. Wij hebben elke dag gesprekken met potentiële kandidaten en brengen in kaart wat hun talenten, toekomstverwachtingen en ambities zijn. Dit koppelen we aan de vraag vanuit het bedrijfsleven. Wij zijn gestart met het bedrijf vanuit huis maar kwamen er door de groei al snel achter dat we meer ruimte nodig hadden en zijn sinds enkele jaren gevestigd in het monumentale klooster in Etten.

Diana: "Daarnaast is het ook uniek om samen te werken met familie. Het gaat soepel. Je kent elkaars sterke en zwakke kanten en hebt vaak aan een half woord genoeg. Door de drukte op het werk blijft er weinig tijd over voor privé-gesprekken. Dat blijft dus goed gescheiden. Zo hebben we ook allebei onze eigen opdrachtgevers."

Jonneke: "Ondertussen zijn we bezig met de uitbreiding van het team met jonge recruiters. Op die manier krijg je nieuwe input en blijf je binding houden met de mensen die net zijn afgestudeerd."

Hoe gaan de zaken in deze economisch toch moeilijkere tijden?

Diana: "Heel goed eigenlijk. We hebben gelukkig weinig last van de recessie, dit komt met name door de vergrijzing. Vorig jaar was ons beste jaar sinds de oprichting. En er zijn nog steeds genoeg vacatures te vervullen met name op technisch en ICT vlak. Dus we vervelen ons niet."

Geboorteplaats: Dordrecht

Geboortedatum: 19 juni 1973 (Jonneke) en 11 oktober 1979 (Diana)

Ouders: Joke en Casper Fongers

Partner: Bob van Aalst (Jonneke) en René Vrieze (Diana)

Opleiding: Commerciële Economie (Jonneke) en Personeel & Organisatie (Diana)

Jonneke: "De uitdaging zit in het vinden van de juiste mensen. Enerzijds heb je te maken met vergrijzing, aan de andere kant blijkt dat jongeren steeds minder voor exacte studies kiezen of elders in het land gaan werken. Hoe ga je dat aanpakken? Dat vergt toch wat creativiteit. Je moet op zoek naar nieuwe manieren om te werven. Je moet potentiële werknemers prikkelen om hier te gaan werken. De Achterhoek heeft veel meer te bieden dan alleen maar weilanden."

Is de regio zo belangrijk?

Diana: "Zeker. Zoals Jonneke al zei heeft de Achterhoek wel degelijk veel te bieden. Naast interessante, internationaal opererende bedrijven kent de regio een schitterend landschap met veel mogelijkheden voor actieve buitensporten. Daarbij leuke steden zoals Doetinchem, Zutphen maar ook Arnhem, Oberhausen, Düsseldorf en een vliegveld net over de grens. Mogelijkheden genoeg!"

Jonneke: "Daarnaast zijn er verschillende hightech bedrijven gevestigd die internationaal werkzaam zijn en bijvoorbeeld toeleverancier zijn van BMW of de veiligheid van het nieuwe Ziggodome waarborgen. Dat zijn toch leuke dingen."

Diana: "Zo waren we onlangs ook op Huntepop in Ulft. Dat was hartstikke leuk. Maar



Favoriete restaurant: Rocco's in Emmerich

(Jonneke) en Noir in Doetinchem (Diana)

Favoriete vakantiebestemming: Frankrijk

Favoriete stad: In koor: Londen

Wat doe je op een vrije zaterdag:

Paardrijden, lekker eten en mijn zontje Don (Jonneke) en paardrijden, boodschappen en de tuin (Diana)

Ik rijd een: Mini Cooper Works (Jonneke) en Renault Twingo (Diana)

Mijn mobiel is een: iPhone 4S

ook de Zwarte Cross is goed voor de regio. Een meerdaags festival zonder grote problemen. Geweldig toch dat je daar hele families ziet lopen?"

Jonneke: "De promotie van de regio is belangrijk om kandidaten van buitenaf te motiveren om hier te gaan werken. De provincie Limburg pakt dit bijvoorbeeld al zeer professioneel aan met commercials op TV en radio met als motto "Je zal er maar wonen" Goed initiatief.

Wat is jullie binding met de regio?

Diana: "We zijn geboren in Dordrecht, maar getogen in Gendringen. We zijn in Silvolde naar school gegaan. Jonneke is vervolgens in Arnhem gaan studeren. Aanvankelijk begon ik daar ook aan mijn studie, maar deze verhuisde later naar Nijmegen."

Wat is de kracht van Fongers & Fongers?

Jonneke: "Onze no-nonsense aanpak en open manier van communiceren."

Diana: "En onze kennis en ervaring."

Jonneke: "We denken mee met bedrijven. Een bedrijf heeft een nieuwe koers ingezet en daar hoort natuurlijk een specifiek soort personeel bij. Aan de andere kant hechten wij veel waarde aan persoonlijke contacten met een potentiële werknemer. In een face to face gesprek leer je iemand veel beter kennen dan via bijvoorbeeld een videoboodschap. Dan kan iemand bij wijze van spreken tien keer iets opnemen en de beste opname opsturen."

Diana: "Wij hebben flexibiliteit ook hoog in het vaandel staan. Stel dat iemand een drukke baan heeft, maar toe is aan een nieuwe uitda-



Diana en Jonneke Fongers

ging. Zo'n persoon heeft overdag weinig tijd om op gesprek te komen. Dan kan het ook best in de avonden of het weekend."

Jonneke: "Maar het belangrijkste is toch wel dat we zelf uit de regio komen. Zoals gezegd kennen we de normen en waarden die hier gelden. Voor ons gaan de deuren vaak sneller open dan voor een recruiter uit bijvoorbeeld Arnhem doordat je de mensen kent."

Wat doen Fongers & Fongers in hun vrije tijd?

Jonneke: "De meeste vrije tijd gaat naar Don, mijn zontje van twee. Daarnaast houd ik erg van reizen. Frankrijk is mijn favoriete bestem-

ming; zowel in de zomer als in de winter. Ik hou van actieve sporten. Paardrijden, snowboarden en wakeboarden, dat kan prima hier bij Lathum."

Diana: "Wij zijn druk bezig met de verbouwing van ons huis, we hebben twee jaar geleden een jaren dertig woning gekocht en we zijn nu met het laatste stukje bezig, leuk project! Ik heb ook nog een eigen paard, dus daar geniet ik vol op van in mijn vrije tijd. Een keer per maand organiseren we met vriendinnen een kookavond, lekker ontspannen en koken. En uiteraard een goed glas wijn." ■

Pensioen en ontslag

Het gevolg van de huidige economische recessie is dat er steeds meer ontslagen vallen. Hoewel je het in eerste instantie niet verwacht speelt pensioen ook dan een belangrijke rol.

Was er bij aanvang van het dienstverband al weinig aandacht voor pensioen, bij einde dienstverband is dat nog minder. Dat is opmerkelijk omdat het voor de werknemer een essentiële secundaire arbeidsvoorwaarde is en voor u als werkgever een kostbaar onderdeel van uw personeelskosten.

Op het moment dat u en uw werknemer uit elkaar gaan, kan er sprake zijn van een 'gouden handdruk'. Uw werknemer krijgt een aantal maanden loon mee. Over deze maanden mist de werknemer zijn pensioensopbouw. Dit noemen wij pensioenschade. De meeste arbeidsjuristen nemen dit mee in hun claim, maar de berekening van de omvang van de pensioenschade is van diverse aspecten afhankelijk. U zult begrijpen dat de uitkomsten dan ook divers zijn.

Bij het vaststellen van pensioenschade zijn er veel factoren die de hoogte bepalen. Denk hierbij aan een eigen bijdrage die in mindering gebracht kan worden. Wat doet u met indexaties, die het bedrag mogelijkverwijs verdubbelen? Wat te doen met premievrijstelling bij arbeidsongeschiktheid?

Wilt u voor alle betrokkenen een eenduidig antwoord dan is het advies van een onafhankelijke pensioenspecialist een noodzaak. In het huidige tijdperk zijn onverwachte kosten en onjuiste (te hoge) kosten al helemaal een kwalijke zaak. Een deskundig advies kan u zowel tijd als geld besparen.

Op het moment dat er ontslagen vallen is dit al een vervelende en vaak kostbare zaak. Wij hopen dat u de komende periode hier niet mee te maken krijgt. Overkomt het u toch, vergeet dan de mogelijke pensioenschade en ons niet.

Henk Weenk
Register Pensioen Adviseur

Heilbron Assurantiën
0314 – 373260
www.heilbron.nl



BUSINESS FLITSEN



Presenteer uw bedrijf op Techniekdag De Liemers

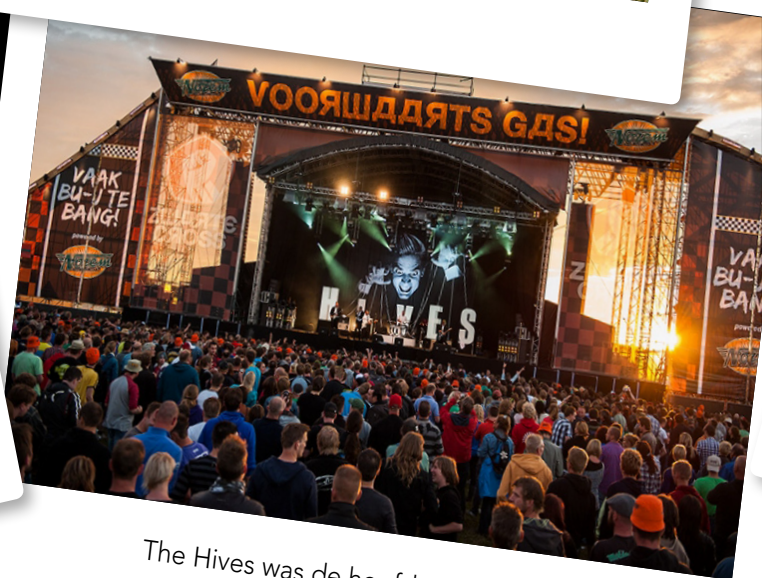
VNO-NCW regio Arnhem-Nijmegen organiseert op zaterdag 6 oktober in nauwe samenwerking met Lindus, het regionale bedrijfsleven en onderwijsinstellingen de Techniekdag De Liemers. De Techniekdag De Liemers zal worden georganiseerd in en rondom de Markthal in Didam. Op de Techniekdag kan de schooljeugd op verschillende manieren kennis maken met de wereld van de techniek.

Op de Techniekdag wordt de boeiende wereld van bèta en techniek uitnodigend aan een breed publiek, tussen de 2000 á 3000 bezoekers, getoond. Op deze dag wordt vooral de jeugd tot en met 14 jaar benadert die nog een keuze moet maken voor een bepaalde (beroeps)opleiding. Het is de bedoeling deze jongeren enthousiast te maken voor een opleiding en beroep in de bèta en techniek. De verschillende technische sectoren worden op deze kijk-en-doe-dag voor het voetlicht gebracht. Kinderen kunnen bijvoorbeeld ontwerpen maken op de computer, proefjes doen, lipgloss maken, met robots spelen, timmeren, metselen, schilderen en met diverse apparaten en machines werken. De nieuwste technologische ontwikkelingen zijn te zien, de toepassingen van techniek in andere sectoren en de mogelijkheden voor meisjes in de technische sector. Alle niveaus komen aan het licht: van VMBO tot universiteit.

De Techniekdag op 6 oktober vindt plaats in en rondom de Markthal in Didam aan de Kerkstraat in Didam tussen 10.00 en 16.00 uur. De Techniekdag is gratis te bezoeken.

Oost-Gelderland was erbij

De Zwarte Cross behoeft natuurlijk geen introductie en uitleg meer. De beelden spreken voor zich!



The Hives was de hoofdact op vrijdag

Business



Het publiek stond in vuur en vlam

Heeft u ook een event waarop u wilt terugkijken op deze bladzijde?

Mail dan kosteloos uw hoge resolutiefoto naar de redactie: lars@vanmunstermedia.nl o.v.v. 'Oost-Gelderland Business was erbij'

U kunt onze fotograaf ook inhuren, neem contact op.



De Belg William van den Putte maakt een sprong over het hoofdpodium

Zinvol discussiëren over communicatie

Experts aan het woord

Reclame en communicatie zijn hele brede begrippen; aanleiding voor Oost-Gelderland Business om experts uit het veld te laten uitweiden over dit onderwerp. In het Hart van Doetinchem zaten wij om tafel met achtereenvolgens Joep Schreurs van JE/ES uit Winterswijk, Dennis Hoftijzer van Frappant uit Aalten, Hylke Meiners van skerp fc, René Teloh van Qlant, en Philip Nijland van Profilers (allen uit Doetinchem). Deze mannen zijn gepokt en gemazeld in de reclame- en communicatiewereld, wat een mooie discussie opleverde.

Aan tafel:

- Michael van Munster, dagvoorzitter
- Joep Schreurs van Reclamebureau JE/ES
- Hylke Meiners van skerp fc
- René Teloh van Qlant Ontwerp en Reclame
- Dennis Hoftijzer van Frappant
- Philip Nijland van Profilers

Stelling 1: Creatieve voorstellen van een reclamebureau maken slechts onderdeel uit van het communicatieadvies. Een klant mag daarom uiteindelijk altijd zelf de inhoud en het uiterlijk bepalen van communicatie-instrumenten; de klant is immers koning.

Hylke Meiners: “Je hoort wel eens de stelling ‘wie betaalt, bepaalt’. Ik ben het daar toch maar gedeeltelijk mee eens. Met je eindproduct verkoop je namelijk een stuk van waar je als reclamebureau voor staat. Ik merk dat sommige klanten vanuit onzekerheid graag op de regisseursstoel gaan zitten en onze adviseursrol niet optimaal waarderen. Dan ga ik toch vaak samen met de art director met ze om tafel zitten om de gemaakte keuzes nogmaals te onderbouwen. Natuurlijk mag en kan het anders,

maar dan willen we wel graag een gefundeerde argumentatie om op verder te kunnen bouwen. Anders hebben ze geen gelijk. Een ondernemer mag - en moet vaak zelfs - z'n eigen weg volgen, maar kan op dat pad beter wel gebruikmaken van de door hemzelf ingezette hulplijnen.”

Schreurs: “Ga je dan door om die klant maar tevreden te houden?”

Meiners: “We gaan voor resultaat. We communiceren en beargumenteren nu veel meer met de klant. En als het moet gaan we ook de discussie aan. Soms kom je er achter dat je het ondanks argumenten niet eens kan worden, je verliest dan wel eens een klant. Dat is nu eenmaal zo.”

Schreurs: “En dat kun je je permitteren?”

Meiners: “Ja. We hanteren een bepaalde bedrijfsgrootte en willen niet uit ons jasje groeien. We willen niet onze ziel verkopen omwille van het financiële plaatje. Die onzekerheid hebben wij niet.”

Hoftijzer: “Je gebruikt het woord onzekerheid en daar heeft het volgens mij alles mee te maken.”

Meiners: “Zeker. En natuurlijk hebben wij wel eens ongelijk hoor. We moeten niet net doen alsof we ineens alles weten waar die ondernemer dertig jaar voor heeft gewerkt. Daarom zeg ik: als hij met een argument komt en hij kan zijn mening verantwoorden en uitleggen waarom het anders moet, dan staan wij daar natuurlijk voor open.”

Hoftijzer: “Ze schakelen een professionele partij in en als je je klanten serieus neemt, moet je er natuurlijk iets mee doen. Wie betaalt, bepaalt. Zo werkt het nu eenmaal.”

René Teloh: “Er is een tijdje de tendens geweest dat je twee dagen bent bezig geweest met een pitch en de klant een houding aanneemt van ‘we zien wel wat we er mee doen’.”

Philip Nijland: “Klant is koning, ja. Klant moet de inhoud bepalen, dan zeg ik ook ja. Ik kan niet voor een organisatie de inhoud gaan bepalen. Dus dan krijg je de discussie ‘wat is inhoud’. Er is ook geen heilige graal, dat moet je ook onderkennen. Hylke zegt dat de klant met argumenten moet komen, maar ik vind -net als Hylke- dat je als bureau zelf ook met argumenten moet komen. Als een advocaat je adviseert dat je in de rechtbank moet zeggen dat je twee glazen bier op hebt in plaats van drie, dan doe je dat. Zo vind ik dus dat ze onze adviezen ook ter harte moeten nemen. Maar dan moet je er zelf natuurlijk wel achter staan. We moeten ook met z'n allen in de spiegel kijken. Wij proberen in ieder geval altijd te voorkomen dat de discussie niet gaat over ‘vind je het wel of niet mooi’ maar ‘ik vind het goed of ik vind het niet goed’ en daar moet je eigenlijk van tevoren een aantal criteria voor opstellen.”

Schreurs: “Het is belangrijk dat je samen met de klant bepaalt wat de uiting wordt. Maar ik vind wel dat de klant hierin het laatste woord heeft. Als je een auto koopt, wil je wegrijden met een auto die jij hebt gekozen, niet de garage. Maar je moet wel kijken of het nog steeds goed is wat je doet.”

Teloh: “Toen ik 15 jaar geleden begon, ging het heel anders. Toen stapte een recla-



Hylke Meiners



Dennis Hoftijzer



mebureau ergens binnen en zei: 'wij weten hoe het werkt, wij maken een schets, wij komen niet onder een bepaald bedrag en zo moet je de markt in'. Opdrachtgevers keken dan raar op als het bureau met een bepaald voorstel kwam, ook al hadden ze er totaal geen gevoel bij. Wij wisten toen al heel snel dat we niet zo wilden werken. Daarbij is het belangrijk om te weten over wat voor een product je het hebt. Er is namelijk een groot verschil tussen Heineken, waar iedereen wel iets bij kan voorstellen, en een zonweringsbedrijf uit Beek die opereert in een straal van veertig kilometer."

Nijland: "Dat is een veel grotere uitdaging dan bijvoorbeeld het nieuwe kersensmaakje van Coca Cola promoten. Dan zie ik zo de campagne voor me. Mooi dame in bikini op het strand, likkend aan een kers. Maar het werken voor een grote klant wordt vaak overschat. In het soort uitdagingen als dat van het zonweringsbedrijf kun je veel meer je tanden zetten en je toegevoegde waarde laten zien."

Meiners: "Een grote klant is niet per definitie interessant. Creativiteit en een goed communicatieadvies is belangrijk voor elk bedrijf, klein of groot."

Schreurs: "Bij een nieuwe campagne stop je zoveel mogelijk kennis, ervaring en creativiteit erin. Daarna is het ons om de klant ervan te overtuigen dat dit het juiste traject is. We luisteren daarna goed naar klant en kijken of het in zijn straatje past. Als zij dan nog zinvolle aanvullingen hebben, zijn wij graag bereid om ze aan te passen. Als ik maar achter het product kan blijven staan wat wij gemaakt hebben. Een van mijn grote klanten heb ik eruit gegooid, omdat hun nieuwe marketingdame alles beter wist. Wat ik ook aanbracht, ze wist het beter. Dan snap ik niet waar je ons voor nodig hebt."

Michael van Munster: "Maar ze betalen de factuur toch?"

Meiners: "Maar dan verkoop je dus je ziel omwille van de centen. Ik vraag me af of je daar als bureau voldoende goede naam mee kan opbouwen. Al wil ik daarbij wel aangeven dat je natuurlijk niet zomaar elke klant eruit kunt gooien waar je het niet helemaal mee eens bent. Dan houd je geen klanten over."

Nijland: "Weet je, je kunt nog zo lang in het vak zitten. Maar er zijn duizend verschillende opdrachtgevers en duizend verschillende psyches. Dus je kunt



nog zo'n mooie structuur op papier zetten maar bij de ene klant kom je er pas na acht stappen achter dat je elkaar niet ligt. Bij de andere na twee. En bij de klant waarvan je verwacht dat het niets zou worden, blijkt het een schot in de roos. Maar uiteindelijk is het wel de klant die betaalt, en dus bepaalt. En wij als bureau moeten bepalen of het een club is waarmee we in de toekomst willen werken."

Teloh: "Ik merk dat ik het nu makkelijker vind om m'n map dicht te doen en te besluiten om geen zaken te doen met een bedrijf. Juist omdat we niet zo groot zijn. Maar ik moet ook zo eerlijk zijn dat op de momenten dat de agenda niet zo vol zou zitten, denk ik dat je heel anders met je eigen wetten en regels omgaat en doe je wellicht in een later stadium de map dicht."

Stelling 2: De begrippen reclame, marketing en communicatie liggen erg dicht bij elkaar. Het is voor een ondernemer bijna onmogelijk om hier onderscheid tussen te maken en voor een reclamebureau onmogelijk om zich te onderscheiden.
Teloh: "Helemaal mee eens."

Schreurs: "Heel veel mensen weten niet wat marketing is."

Teloh: "Maar al zouden mensen het wel weten... De begrippen liggen zo dicht bij elkaar. Ik weet het exacte verschil soms zelf ook niet."

Hoftijzer: "Het zijn enorme containerbe-

grippen. De term 'reclame' is eigenlijk een enorm vervuild begrip. Vooral signingbedrijven scharen zich tegenwoordig onder deze noemer."

Teloh: "Maar de opdrachtgever ziet dat niet. Hij stelt ons allemaal dezelfde vraag, maar weet ondertussen geen onderscheid te maken tussen alle bedrijven."

Hoftijzer: "Dat is precies de uitdaging wanneer je op zoek gaat. Je bent je aan het oriënteren en je kent nog niemand. Dan kom je heel veel dingen tegen die je niet nodig hebt en dan moet je dus een schifting gaan maken. En hoe spring je er als potentiële communicatiepartner dan tussenuit?"

Schreurs: "Ik denk dat de meeste mensen niet weten wat het verschil tussen reclame en marketing is. Tegenwoordig is alles reclame. Ook een beletteraar noemt zichzelf een reclamebureau. Onlangs nog zei iemand nog dat ik een marketingbureau was. 'Nee', zei ik toen. 'Ik ben een reclameadviesbureau, dat is een groot verschil.'"

Van Munster: "Leg het verschil dan eens uit."

Schreurs: "Ik zet geen product in de markt. Hoe je een product in de markt zet is een groot verschil met wat ik doe, publiciteit geven aan dat product. Reclame en communicatie is een onderdeel van marketing. En ik heb ook NIMA A en B papieren, dus ik ken de basis van de marketing ook wel. Maar ik ben geen marketeer. Maar onbewust geef je, als je met een klant om tafel zit, heel veel marketingadviezen."

Hoftijzer: "Marketing, communicatie en reclame moeten vandaag de dag naadloos in elkaar overlopen. Vroeger kon je een pakketje schroot met een dun laagje chroom

verkopen. Maar tegenwoordig met internet en social media moet je transparant zijn. Authentiek."

Nijland: "Het is ons eigen probleem. Wij kunnen zeggen dat onze klanten het niet snappen, maar wij leggen het dus niet goed uit. Wij zijn dus niet in staat om ze duidelijk te maken wat ze bij ons kunnen krijgen. Maar dat zie je ook bij de grote bedrijven in de boardrooms. De marketingdirecteur kan zijn resultaten niet zo hard maken als een financieel of commercieel directeur. Die kunnen met cijfers komen, het kost dit en het levert dat op."

Schreurs: "Er is wel eens gezegd dat full service reclame een vervuilde term is. Maar ik weet dat de oude eigenaar van Frappant die term bewust gebruikte om zich te onderscheiden."

Hoftijzer: "We hebben die term ook een tijd lang gemeden. Maar inmiddels is die markt enorm versnipperd; veel ZZP'ers, bureaus die omgevallen zijn waarvan het personeel op een andere manier is doorgaan. Ja, dan is er behoefte aan een partij die alles weer bij elkaar pakt en met een geïntegreerde communicatieoplossing komt. Eén ontzorgende partij."

Meiners: "Onderscheid, daar gaat het om. We vinden het heel belangrijk om een onderscheidende boodschap voor onze klanten te creëren. De terminologie daarbij vind ik eigenlijk niet van belang. Vind de klant dat jij voor zijn bedrijf het verschil kan maken, dat jij de goede boodschap kan overbrengen, dan ben je op de goede weg. Het blijft altijd wel een persoonlijke kwestie. Mensen maken mensen blij, niet bedrijven."



Philip Nijland



René Teloh

Tips en trucs van de experts

• Dennis Hoftijzer – Frappant

1. Weet wie je bent en waar je voor staat.
2. Communiceer professioneel en authentiek.
3. Denk en doe als een merk.

• Philip Nijland – Profilers

1. Kiezen is verliezen, niet kiezen is verloren.
2. Wie niet verandert, heeft niets geleerd.
3. Je hoeft niet te knipogen in het donker.

• Joep Schreurs – JE/ES

1. Verder denken dan de gegeven opdracht. Geef ook alternatieven, denk 'out of the box'.
2. Verplaats je in de doelgroep.
3. Gaan tot het gaatje.

• Hylke Meiners – skerp fc

1. Wordt geen grijze muis, maar blijf investeren in creatieve, onderscheidende communicatie.
2. Nieuwe inzichten kun je pas ontvangen als je niet vooringenomen bent.
3. Doe als ondernemer zoveel mogelijk zelf de dingen waarvan bewezen is dat je er goed in bent.

• René Teloh – Olant

1. Maak het niet moeilijker dan het is.
2. Werk in stappen.
3. Ga op zoek naar je eigen kernwaarden.

Stelling 3: Print stelt vandaag de dag niets meer voor.

Teloh: "Onzin! Maar print zal wel afnemen. De jeugd van tegenwoordig communiceert via Facebook en Whatsapp, zij zijn echt online georiënteerd. Maar verdwijnen zal het niet. Het verschuift elke keer. Mensen oriënteren zich online, maar willen uiteindelijk iets op papier nalezen."

Meiners: "Maar kijk eens naar de reis- of postorderbranche. Die hebben zich de afgelopen jaren alleen op online gericht. Maar ik las laatst in een artikel dat zij daarop terugkomen. De eyecatchers verschijnen in print, terwijl het complete aanbod dus on-

line is te zien. Het is een middel in de mediamix, net als bijvoorbeeld social media." Hoftijzer: "Social media is verschrikkelijk gehyped. Maar, we nemen het zéker mee in het aanbod voor de klant."

Meiners: "Het is ook niet zaligmakend. De klant wil in veel gevallen met social media aan de gang omdat iedereen het doet. Niet omdat hij precies weet wie en wat hij ermee wil bereiken."

Teloh: "Uiteindelijk is social media een middel om een bepaald doel te gebruiken. Net als print."

Schreurs: "Online is veel vluchtiger. En daar moet je mee weten om te gaan. Ik

denk dat het uiteindelijk stabiel is om in ieder geval een deel van je uitingen via print te doen."

Stelling 4: Is het verdienmodel van de toekomst 'de klant ontzorgen'?

Teloh: "Ja, ik denk dat dat het is."

Hoftijzer: "Dat is precies hoe we nu werken. Vroeger pakten we alles aan, zagen we overal geld in. Nu zijn we veel bewuster van onze eigen kennis. We weten waar we goed in zijn. Voor zaken waar we minder goed in zijn, hebben we onze partners. En zo is onze opdrachtgever altijd het beste uit." ■

7 Tips voor Twitteraars

Twitter ontwikkelt zich steeds meer als een medium voor communicatie en marketing. Veel gebruikers weten echter niet hoe ze dit medium effectief kunnen gebruiken. Onderstaande tips kunnen wellicht helpen.

1. Spreek de juiste 'taal'

Twitter heeft zijn eigen 'taal' en regels voor het voeren van een dialoog. Nieuwe gebruikers kunnen hierdoor in de war raken en als amateur of onprofessioneel overkomen. Het begint namelijk al bij het begrijpen van de simpele basis; wat is het verschil tussen een 'DM' en een 'Reply'. Wees ook bewust van het feit dat iedereen kan lezen wat je op Twitter plaatst en dit tegen je kan gebruiken.

2. Kies een goede naam

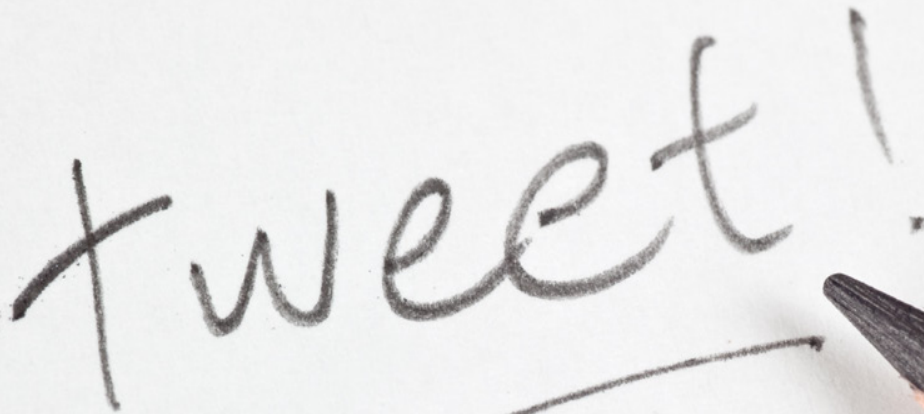
Net als met domeinnamen is de naam die je voor Twitter voor ogen had, vaak al bezet. Bedenk in dat geval een leuke, grappige, slimme of andere variatie van die naam. Zorg dat je rekening houdt met het doel; waarom ga je Twitter gebruiken en wat voor imago wil je uitstralen? Uiteindelijk zullen andere bedrijven jou gaan volgen om de boodschap die je te vertellen hebt. Een iets te kinderlijke of te

grappige naam kan op lange termijn je uitstraling schaden. Kies bovendien een korte naam zodat mede-Twitteraars jouw berichtjes makkelijk kunnen retweeten. Met een maximum van 140 tekens gaat een lange gebruikersnaam ten koste van de RT.

3. Consistent 'branding'

Let naast hetgeen wat je als 'merk' of bedrijf via je Tweets wilt uitstralen en te ver-





tweet!

tellen hebt, ook op de randzaken: zorg voor een gepaste avatar, achtergrondpagina en vergeet zeker niet je biografie op de juiste manier in te vullen. Vertel even wie of wat je bent, wat je doet en waar jij vooral over tweet en laat dit aansluiten op wat jij hoofdzakelijk tweet. Blijf consistent, dan zul je ook consistent nieuwe volgers aantrekken die geïnteresseerd zijn in jouw onderwerp en wat jij te vertellen hebt.

4. Voorkom verveling

Zorg dat je iets interessants te vertellen hebt. In de wereld van Twitter is het namelijk heel makkelijk om iemand te ontvolgen. Tweeten over je boterham met pindakaas zorgt voor verveling, wat vaak een reden is waarom mensen je niet meer willen volgen.

5. Deel succes met mate

Natuurlijk mag je jezelf best eens via Twitter een schouderklopje geven, maar doe dit niet te vaak en denk goed na hoe je dit verwoordt. Een bericht van slechts 140 tekens kan namelijk geheel anders geïnterpreteerd door je volgers. Hoe vaker je naar jezelf refereert, hoe minder volgers je hebt.

6. Goede timing

Hoe meer mensen je volgt en jou volgen, des te groter de stroom aan tweets. Om je

Extra tweetbare tips voor B2B marketeers

1. Gebruik vaktermen in je Twitter bio.
2. Creëer een unieke landing page in plaats van korte urls om Twitter clicks bij te houden.
3. Zoek en volg kopstukken uit de industrie via lijsten en andere gebruikers.
4. Volg algemene nieuwsbronnen, vakbladen en bedrijven voor recente informatie om te delen.
5. Deel content van derden die interessant kan zijn voor je volgers.
6. Plaats links naar bedrijfsblogs. Test en volg verschillende tweets.
7. Let goed op het tijdstip waarop jouw volgers het meest betrokken zijn.
8. Tweet aanbiedingen en links naar je landing page om leads te genereren. Dit is geen probleem, je bent immers een bedrijf.
9. Maak geen overbodig gebruik van hashtags, vooral als ze of nooit worden gebruikt of met spam te maken hebben.
10. Moedig je volgers van tijd tot tijd aan om zich aan te melden voor je nieuwsbrief.

Bron: socialmediab2b.com

tweet toch op te laten vallen in die massa, is timing belangrijk. Weinig mensen lezen 'streams' op oude berichten na, dus stuur geen tweets op een tijdstip dat niemand actief is, zoals 4 uur 's nachts. Om tijdens prime time toch nog een beetje op te vallen, kan je overwegen een interessante tweet meerdere malen te posten.

7. Frequentie

Hoe vaak je een tweet moet plaatsen, is lastig in te schatten. Als je op Twitter weinig van je laat horen, is de kans klein dat

je volgers je retweeten of noemen in hun eigen tweets. Tweet je meerdere malen per uur, dan kan dat irritatie opwekken en je zelfs volgers kosten. Ten slotte is Twitter snel en vluchtig; reageren op een tweet van twee dagen oud heeft geen zin. ■

Bron: '7 Deadly sin of self-Promotion on Twitter' www.ohmygov.com

Feiten over reclame

De allereerste tweet werd op 21 maart 2006 geplaatst door de bedenker van twitter Jack Dorsey (@jack). De tweet 'Just setting up my twttr' was het begin van een medium waar inmiddels meer dan zes miljard tweets per week op worden geplaatst. De eerste officiële tweet had volgnummer 20, de eerdere 19 tweets gebruikte Dorsey om Twitter te testen.

De eerste spam werd verstuurd op 3 mei 1978. Dit gebeurde op de voorloper van het huidige internet; het ARPANET. Het computerbedrijf DEC lanceerde een nieuwe computer en systeem met ARPANET support. Bij de marketing vonden ze dit zo relevant dat ze de adressen van gebruikers opzochten en het nieuws verzonden naar 600 ontvangers. Het bericht werd slecht ontvangen door gebruikers en het was daarmee ook het laatste spambericht tot aan de uitvinding van het internet.

Reclame bestond al in het Romeinse Rijk. Men prees hun producten of diensten aan in de vorm van graffiti. Overigens zijn er ook reclame-uitingen gevonden bij opgravingen in Babylonië en zijn er papyrusrollen in Egypte gevonden die 3000 jaar oud zijn. Deze rollen worden beschouwd als de eerste advertenties.

De langstlopende merkcampagne van Nederland is 'even Apeldoorn bellen'. Aad Muntz, een werknemer die van 1985 tot 1995 directeur van het bedrijf was, bedacht de bekende slogan in 1984.

De eerste e-mail via een computerverbinding werd in 1971 door Ray Tomlinson verstuurd. Zijn bericht bestond uit het bekende '@'. Het versturen van e-mails werd pas rond 1995 echt populair toen internet als medium steeds meer gebruikt werd.

Het eerste reclamebureau ter wereld werd in 1843 door Volney Palmer in Philadelphia opgericht.

Het eerste Nederlandse reclamebureau ontstond in 1846 uit de Rotterdamse boekhandel Wijt en Zonen.

Het eerste reclamespotje in Nederland werd op 2 januari 1967 uitgezonden. De reclame toonde een graafmachine die was ingepakt in krantenpapier, met de slogan; 'U kunt geen dag zonder de krant, want de krant graaft toch dieper'. Het spotje was een initiatief van de Nederlandse dagbladen die concurrentie van de televisie vreesden.

De marketingoorlog tussen Gillette en Wilkinson is de eerste en langstlopende merkoorlog ter wereld. Sinds King Camp Gillette in 1901 zijn beroemde wegwerpscheermesjes bedacht, bevechten de twee merken elkaar over de patenten op scheergebied.

De eerste advertentie verscheen op 4 juli 1631 in de Franse krant 'Gazette de France'. Het betrof een promotie voor mineraalwater. In eerste instantie waren krantenuitgevers huiverig voor het plaatsen van advertenties. Ze vonden dat het ten koste ging van de inhoud van de krant.

De eerste reclamezuil werd op 15 april 1855 geplaatst in Berlijn door de plaatselijke drukker Ernst Litfass. De zuil stond in de Müntzstrasse, dicht bij de Alexanderplatz, en had als bijnaam 'peperbus'. De grondlegger van de buitenreclame is begraven op de plek waar de pilaar verscheen.

Het apenstaartje lijkt heel modern maar is eigenlijk eeuwenoud. Het teken bestaat al sinds de vroege middeleeuwen. Monniken deden in die tijd wat internet nu doet; ze schreven, vertaalden, verstuurd en kopieerden teksten en boeken. De teksten waren vaak lang en daarom begonnen ze afkortingen te bedenken. Zo is het @ een afkorting voor het Latijnse 'ad'. In die tijd werd de 'd' geschreven als een omgekeerde '6' en zodoende ontstond ons apenstaartje. In de 15e eeuw kwam het teken terug als aanduiding bij Spaanse handelaren. Zij gebruikten het om de gewichtsaanduiding 'arroba' aan te duiden (ongeveer 11,52 kg). Het werd vooral gebruikt om het gewicht van stieren en wijn te meten. In de renaissance dook het @ op als een manier om de prijzen van postadressen bij te houden. Een postadres van bijvoorbeeld 100 franc werd in de boeken geschreven als; '@ F100,-' Tot slot dook het teken nog op tijdens de industriële revolutie waar het werd gebruikt voor boekhoudkundige doeleinden. Dit is ook de reden waarom het voor de uitvinders van e-mail op het toetsenbord te vinden was. Het teken is zo belangrijk geworden dat het in 2004 zelfs een eigen morsecode heeft gekregen; kort-lang-lang-kort-lang-kort.

Pensioenproblemen gelden ook voor u

Bij pensioenfondsen zijn volgens rekenregels de middelen ontoereikend om aan de toekomstige verplichtingen te voldoen. Maar hoe zit het met de dekkingsgraad van uw onderneming?

U heeft een eigen onderneming met een werk BV, een holding en mogelijk een BV waarin het bedrijfspannend of uw pensioen zit. Bekijk uw onderneming eens als een "1 persoons-pensioenfonds". U bent de enige deelnemer en u heeft afspraken gemaakt dat er na pensionering pensioen wordt uitgekeerd. Daarnaast zal bij overlijden of arbeidsongeschiktheid een uitkering volgen. De vraag is; hoeveel heeft u nodig en hoe komt uw bedrijf aan deze centen?

Probleem

Pensioenfondsproblemen gelden ook voor u, immers de rentestand is laag, u doet er goed aan niet te risicovol te beleggen, er gelden waarderingsregels en niemand weet hoe lang u blijft leven. Volgens fiscale regels bouwt u pensioen op alsof de rente nu en straks 4 procent is. Opbouwen is al vaak een groot woord, op uw balans staat een pensioenverplichting. Nog belangrijker is echter de commerciële waarde. Dat wil zeggen; wat is de werkelijke kostprijs oftewel wat vraagt een verzekeraar anno 2012 voor uw pensioen als u het zou overdragen. Welnu, met deze markt, sterftetafels en lage rentestand: gemiddeld 66 procent meer.

Voorbeeld

U heeft als ondernemer afgesproken dat u 100 euro per jaar krijgt. Fiscaal betekent dit op de pensioendatum een verplichting te waarden

met factor 14. Fiscale verplichting dus 1400 euro. Commercieel is de factor echter 22. Er dient dus ergens 2200 euro aan waarde te zijn. Veronderstel verder dat uw onderneming 1800 euro waard is. Uw dekkingsgraad is dus $1800/2200 = 82$ procent. Dus u staat, zoals dat heet 'onder water'. Sta ook stil bij het verschil in begrip 'waarde en prijs'. Waarde van auto, woning en bedrijf horen we aan de bordertafel, de prijs is het eindresultaat van onderhandeling tussen partijen. U ziet vast het verschil.

Fiscus

Verwacht niet dat een dekkingstekort in de uitkeringssituatie (overlijden, arbeidsongeschiktheid of pensionering) eenvoudig af te dealen is met de fiscus. Hierover zijn duidelijke afspraken. Afstempelen geldt voor pensioenfondsen, niet voor u. Afzien van uw pensioen betekent een sanctie van 72 procent, geen optie dus. Uw dividendbeleid, leningen, rekening courant worden eerst onderzocht alvorens de fiscus vaststelt dat er inderdaad niets meer uit te keren valt zodat er na liquidatie van de BV geen fiscale gevolgen zijn. Bedenk echter ook dat u geen pensioen meer heeft.

Vraag een 'box 4' advies

Box 4 is de som van box 1 tot en met 3. Laat doorrekenen wat uw gezin netto per maand 'echt' nodig heeft om nu en straks van te leven. Vergelijk dit met de (hypotheek) lasten, inkomsten pensioen, spaar en lijfrentepolissen en vermogen. Te vaak zien we dat het inkomen na pensionering voor een deel in de 52 procent belastingsschijf zit zonder aftrekposten of teveel de focus op later en niet op morgen. Laat een dekkingsgraad berekening maken van uw bedrijf. Inzicht geeft de juiste basis voor beslissingen. ■



DRS. ALOYS HARMSEN MFP CPA, PENSIOENADVISEUR EN FINANCIËEL PLANNER, ADVISEERT ONDERNEMERS, ACCOUNTANTS EN PROFESSIONALS BIJ PENSIOENVRAAGSTUKKEN. WWW.PENSIOENAUDITOR.NL IS GEVESTIGD TE ETTEN.

Tips

- **Bespreek dit onderwerp met uw accountant.** Laat toetsen of de toezegging formeel nog past bij uw wensen en de praktijk. Verwijder obstakels zoals een open indexatietoezegging voor de toekomst.
- Pas de toezegging voor de toekomst aan en/of stop met verdere opbouw.
- Ga niet scheiden, u staat met 3-0 achter bij de rechtbank vanwege de afstortverplichting die uw toekomstige ex kan eisen. Beter nog, maak hierover nu samen win/win afspraken.
- Heroriënteer u op de markt voor risicopremies die gemiddeld met 50% zijn gedaald en spreek hiervoor, net als bij arbeidsongeschiktheidsverzekeringen, netto tarieven af.
- Kies voor inzicht op korte en lange termijn, substantiële voordelen en verbeteringen.

Pensioen opbouwen in uw eigen bv, leuker dan u denkt!



MR. M.R. DE JONGE IS VENNOOT BIJ BONSENREULING ACCOUNTANTS-BELASTINGADVISEURS MET VESTIGINGEN IN LICHTENVOORDE, EIBERGEN EN DEVENTER

U bent directeur/grotaandeelhouder van een bv en vraagt zich af of u pensioen in eigen beheer moet gaan opbouwen. U twijfelt, want u weet dat u zelf de volledige premie voor de pensioenopbouw betaalt, dat is toch gewoon geld verschuiven van uw vestzak naar uw broekzak? Dus waarom zou u dat doen?

Maar schijn bedriegt, pensioen opbouwen in uw eigen bv heeft vele voordelen, waarvan ik er hierna een paar zal toelichten.

Liquiditeitsvoordeel

Door de pensioenopbouw in uw eigen bv, krijgt uw bv de verplichting om in de toekomst aan u levenslang pensioenuitkeringen te doen. Daarvoor mag uw bv op haar balans een voorziening treffen, welke jaarlijks aangroeit. De jaarlijkse aangroei van deze voorziening vormt een aftrekpost voor uw bv.

De pensioenuitkeringen die uw bv te zijner tijd aan u moet doen, bijvoorbeeld vanaf 67 jaar, zijn pas dan weer belast met loonbelasting.

Nu een aftrekpost en pas vanaf uw pensioenleeftijd belastingheffing, dat betekent een fors liquiditeitsvoordeel. Juist in de jaren waarin uw bedrijf de liquiditeit goed kan gebruiken.

Tariefsvoordeel

Voor genoemde aftrekpost van uw bv wordt gerealiseerd tegen een belastingtarief van 40% tot 43,75% (combinatie van 20-25% vennootschapsbelasting en 25% aanmerkelijk belangheffing).

Na 65 jaar wordt uw eerste € 19.000 bruto pensioeninkomen per jaar slechts belast tegen een tarief van 15,2% en de volgende € 15.000 bruto pensioeninkomen per jaar tegen een tarief van 24,05%. Dat betekent dus ook een behoorlijk tariefsvoordeel.

Besparen erfbelasting

Verder is het volgens de huidige wetgeving zo dat de liquiditeiten of beleggingen die u ten behoeve van uw pensioen in uw bv aanhoudt, bij overhoop overlijden of bij schenking van de aandelen in de bv aan uw kinderen, in beginsel zijn vrijgesteld van erf- en schenkbelasting. Vrije liquiditeiten of beleggingen waar geen pensioenvoorziening tegenover staat, zijn in beginsel wel belast.

Stok achter de deur om te sparen

Omdat u pensioen opbouwt in uw bv, zal uw adviseur u elk jaar wijzen op de omvang van de pensioenvoorziening, waardoor u ieder jaar bewust wordt gemaakt van de noodzaak om iets op te bouwen voor uw ouderdag. Dat maakt het risico kleiner dat u op 67-jarige leeftijd tot de ontdekking komt dat u uw pensioen niet voor elkaar heeft en u dus gewoon zult moeten doorwerken.

Geld blijft beschikbaar voor uw bedrijf

In tegenstelling tot pensioenopbouw bij een verzekeringsmaatschappij, hoeft u feitelijk geen liquiditeit extern af te storten. Uw liquiditeit blijft dus ten volle beschikbaar voor uw bedrijfsvoering.

Geen hoge premies van verzekeraars

U wordt bij pensioenopbouw in eigen beheer niet geconfronteerd met hoge kosten van verzekeraars. Eerlijkheid gebiedt te melden dat pensioenopbouw in eigen beheer ook niet eenvoudig is en ook de nodige kosten met zich meebrengt, maar meestal zeker niet vergelijkbaar met de kosten van een verzekeraar.

Flexibiliteit

Uw bv is pensioenuitvoerder en u bent zelf pensioengerechtigde, dus dat betekent dat u optimaal flexibel bent om binnen de grenzen van de wet uw pensioen op maat te maken en tussentijds te wijzigen. Zo kunt u bijvoorbeeld desgewenst veel makkelijker uw pensioenleeftijd vervroegen, een partnerpensioen gaan opbouwen, uw opbouwpercentage verlagen, welvaartsvastheid opnemen of juist schrappen, uw pensioenopbouw stopzetten in mindere tijden, enz.

Al met al heeft pensioenopbouw in uw eigen bv dus veel voordelen. Let op dat hiervoor niet alle voordelen zijn genoemd, en er uiteraard ook een paar nadelen aan kleven, echter die zijn in verhouding vaak minimaal.

BonsenReuling heeft een hoogwaardige Pensioendesks die u van dienst kan zijn om u een pensioenadvies op maat te geven. Kijk daarvoor op onze website www.bonsenreuling.nl of neem contact op met mr. M.R. de Jonge op telefoonnummer 0544-393 333. ■



WIE

Afval wordt door de meeste mensen als ongewenst beschouwd. Als iets zonder waarde. Wij denken daar heel anders over. Want in het afval van vandaag groeit de kiem voor de producten van morgen.

MAAKT

HIER

Wij maken er zelfs graag iets moois van. Dat gaat niet vanzelf. Het begint met een gegeven kennis van grondstoffen en materialen. Vervolgens vangen wij alle afval zo vroeg mogelijk af. Dus kennen wij elke schakel van het ontwerp- en productieproces. Wij noemen dat een tweede huid die wij rondom het bedrijfsproces leggen. Op deze manier ontstaat er zo min mogelijk afval. Maar het afval dat wel overblijft wordt door ons gekoesterd. Want daar begint het tweede leven.

LETS

Zoals Coolrec laat zien door afval in prachtige metalen en kunststoffen om te zetten. En Maltha door er schitterend glaswerk van te maken. En het allerlaatste afval dat dan nog overblijft?

MOOS

Dat wordt door AVR in zijn geheel gebruikt om er energie voor honderdduizenden huishoudens mee op te wekken. Steeds meer mensen ontdekken dan ook het credo van de Van Gansewinkel Groep. Afval bestaat niet. Wij maken er liever iets moois van.

VAN?



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**.

**Doetinchem:**

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

Lichtenvoorde:

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

Spankeren:

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

Zutphen:

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

WWW.AUTOSCHADEGELDERLAND.NL



Inefficiënte samenwerking belemmert werk

Bijna een kwart van de werknemers wordt tijdens werkzaamheden het meest belemmerd door inefficiënte samenwerking met collega's. Binnen de financiële dienstverlening geldt deze belemmering zelfs voor 35 procent.

Op de tweede plaats, met 22 procent, staat dat werknemers te weinig digitale ondersteuning hebben voor hun werkzaamheden. Deze belemmering geldt weer in hogere mate voor de overheid, binnen deze branche geeft 35 procent aan hier last van te hebben. Deze cijfers komen voort uit onderzoek van VDD IQware, ontwikkelaar en leverancier van het Enterprise Content Management (ECM) systeem Hyarchis.Net, onder medewerkers in uiteenlopende sectoren.

In deze tijd, waarin klantgerichtheid, transparantie en efficiency hoog op de agenda staan, zijn belemmeringen in werkprocessen grote verliesposten. Samenwerking en digitale ondersteuning zijn twee zaken die vrij eenvoudig verbeterd kunnen worden. Naast deze twee struikelblokken in het uitvoeren van de dagelijkse werkzaamheden worden ook te weinig controle (17 procent), onvoldoende inzicht en te strakke werkprocedures (12 procent) genoemd. 11 procent heeft last van te weinig vrijheid om juist te handelen bij uitzonderingen.

“Veel organisaties hebben werkprocessen ingeregeld die in de praktijk star blijken te zijn, wat zich uit in een lagere productiviteit van werknemers”, zegt Serge Leclercq, Commercieel Directeur van VDD IQware. “De meeste belemmeringen die werknemers ervaren in hun dagelijkse werkzaamheden zijn door het inzetten van één overkoepelende oplossing aanzienlijk te verbeteren. Met de juiste ondersteuning in de vorm van een Case Management oplossing is een flinke slag te maken op het gebied van flexibiliteit en controle. Vooral de continue grip op het werkproces die hierdoor ontstaat zorgt voor een verbetering van de samenwerking.”

Verlichte zuil voor
HFI - Groenlo -

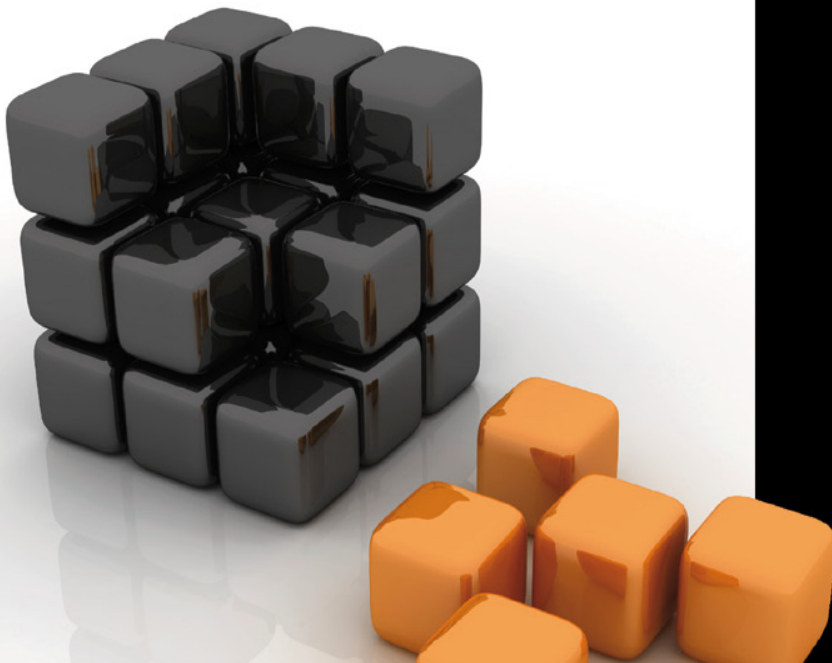
- Gevelaankleding
- Reclameborden
- Bewegwijzering
- Autobelettering
- Bouwborden
- Vlaggen/spandoeken
- Lichtreclame
- (Licht-)zuilen
- Fullcolour prints
- Stoepborden
- Wissellijsten
- Beurspresentaties
- Displays



De specialist voor maatgesneden in- en outstore communicatie

Vierde Broekdijk 19, 7122 JD Aalten - Telefoon (0543)49 44 00 - Fax (0543)49 44 01 - E-mail info@virupa.nl - Internet www.virupa.nl


maak partners in bewerking





MAAK is verhuisd!

Ons nieuwe adres is:
Transportweg 14F
7007 CN Doetinchem

Wat kunnen wij voor u betekenen?

 assemblage

 montage

 mail services

www.maakbv.nl

0314-346 773

BUSINESS FLITSEN

INTENSIEVE SAMENWERKING MEE EN HAMELAND

Arbeidsontwikkelbedrijf Hameland en MEE Oost-Gelderland gaan intensief samenwerken. De directeuren van beide organisaties, Henry Wullink en Ineke Kannevorff-Klinker, ondertekenden onlangs een samenwerkingsconvenant. Doel van de samenwerking is andere, efficiënte en effectieve werkwijzen in te zetten om de ontwikkelmogelijkheden van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt ten volle te benutten. Het afgelopen jaar hebben beiden organisaties al een aantal projecten samen opgepakt. Onder andere het leren gebruiken van openbaar vervoer om op de werkplek te komen. Naar aanleiding van de verhuizing van de werkplaats van Hameland in Neede naar Lichtenvoorde, leerden meerdere medewerkers van Hameland onder begeleiding van een MEE-consulent om zelfstandig naar de nieuwe werkplek te komen. Een vaardigheid die zij natuurlijk ook in hun privé situatie kunnen gebruiken om mee te kunnen doen aan de samenleving. Ook zijn kennis en kunde van beide organisaties gebundeld om medewerkers te



Henry Wullink (links) en Ineke Kannevorff-Klinker tekenen de overeenkomst

helpen grip te krijgen op hun dagelijks leven. Door te leren om te gaan met veranderingen in de maatschappij, ondermeer voortvloeiend uit een andere kijk op werk en de diverse transitie vanuit de AWBZ naar de gemeenten. Hameland en MEE zetten zich beide in voor de maatschap-

pelijke participatie van mensen met een beperking. Hameland door het bieden van werkplekken en arbeidsontwikkeling. MEE door ondersteuning van mensen op de gebieden wonen en samenleven, leren en werken, opvoeding en ontwikkeling en regelgeving en geldzaken.

RIK SWIERINGA NIEUWE SECRETARIS-DIRECTEUR REGIO ACHTERHOEK

Het algemeen bestuur van Regio Achterhoek heeft onlangs de opvolger van vertrekkend secretaris-directeur Jan Bart Wilschut benoemd. De keuze van het bestuur is gevallen op de Rik Swieringa, momenteel procesmanager 2020 en plaatsvervangend directeur bij Regio Achterhoek. De 33-jarige Swieringa heeft een achtergrond als sociaal geograaf en bestuurskundige. Aan het dagelijks bestuur van de Regio is verzocht één en ander arbeidsrechtelijk te regelen.

Belangrijkste opgave voor de nieuwe secretaris-directeur zal zijn het consolideren en concretiseren van de samenwerkingsafspraken in de Achterhoek. Om een vitaal gebied te blijven hebben de Achterhoekse partners (ondernemers, maatschappelijke organisaties en overheid) de handen ineen geslagen. De Regio heeft als voornaamste taak het ondersteunen en stimuleren van de projecten die zij hiervoor uitvoeren in het kader van de Achterhoek Agenda 2020.

Voorzitter Herman Kaiser geeft aan dat hij alle vertrouwen heeft in de nieuwe man aan het roer van de Regio-organisatie: "Wij zijn ervan overtuigd dat we in Rik Swieringa een uitstekende opvolger van Jan Bart Wilschut hebben gevonden." Jan Bart Wilschut neemt op 11 oktober officieel afscheid van Regio Achterhoek; Rik Swieringa begint per 1 oktober in zijn nieuwe functie.



PAS OP VOOR SPOOKNOTA'S MKB REGISTRATIE

Ondernemers moeten alert zijn voor zogenaamde facturen van MKB Registratie Services. MKB-Nederland krijgt per dag tientallen klachten van ondernemers over de aanbiedingen van de organisatie die verpakt als nota op de deurmat vallen.

Wie goed de kleine lettertjes in de factuur leest komt er achter dat het in werkelijkheid om een aanbieding gaat. U heeft daarom geen enkele betalingsverplichting. In veel gevallen gaat het om een bedrag van 297,50 euro. MKB-Nederland vraagt ondernemers melding te maken van de misleiding op fraudemeldpunt.nl. MKB Registratie heeft geen enkele relatie met MKB-Nederland.

BUSINESS FLITSEN

TOM VAN 'T HEK OPENT VERENIGINGSJAAR LINDUS

Dinsdag 18 september vindt de opening van het nieuwe verenigingsjaar plaats met als gastspreeker Tom van 't Hek over "Doorzettingsvermogen". Na de presentatie wordt de inwendige mens verzorgd en heeft u de mogelijkheid een shoot out te proberen.

De insmijter wordt gehouden in een toepasselijke omgeving: het clubhuis van hockeyvereniging MHC De Westerduiven in Duiven. Parkeren kan op het grote parkeerterrein bij DVV?

Aanmelden kan tot 14 september a.s. via e-mail (info@lindus.nl) of telefonisch (026-3186710).



ZIJN STARTENDE ONDERNEMERS UW DOELGROEP?

Maak contact met uw doelgroep door standhouder te worden op de Startersdag van de KvK Midden-Nederland op zaterdag 3 november in Tiel of Utrecht. In Nederland lopen ruim

300.000 mensen rond met plannen voor een eigen onderneming. Bijna een derde daarvan start ook echt. Vorig jaar trok de Startersdag van de Kamers van Koophandel 20.000 bezoekers. Meer dan 1100 in Utrecht en rond de 300 in Tiel. De Startersdag wordt in onze regio gehouden op twee locaties: restaurant De Betuwe in Tiel en Het Educatorium van de Universiteit

Utrecht in Utrecht. U kunt standhouder worden op één of op beide locaties. De Startersdag biedt starters een informatiemarkt, een programma met presentaties en netwerkmogelijkheden, in een prettige ambiance en een professionele setting.

Meer informatie via www.kvk.nl.

ONHERROEPELIJK BESTEMMINGSPLAN BUITENGEBIED VOOR GEMEENTE LOCHEM

Het bestemmingsplan 'Buitengebied 2010' van de gemeente Lochem is onherroepelijk verklaard. De Afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State deed 22 augustus 2012 definitief uitspraak over de beroepen die tegen het besluit bestemmingsplan "Buitengebied 2010" zijn gedaan. De uitspraak betekent dat de hoofdopzet van het bestemmingsplan in stand is gebleven.

BEROEPSCHRIFTEN

Tegen het bestemmingsplan Buitengebied zijn ruim dertig beroepen ingediend. Van de beroepen is één beroep niet-ontvankelijk verklaard, zijn acht beroepen gedeeltelijk gegrond verklaard en zijn zeven beroepen gegrond verklaard. De overige beroepen zijn ongegrond verklaard. Wethouder Jan Kottelenberg is tevreden met deze uitspraak: "Slechts enkele afzonderlijke delen in het bestemmingsplan 'Buitengebied 2010' zijn vernietigd. Natuurlijk hoop je dat de Raad van State de gemeente in alles gelijk geeft maar dit resultaat geeft aan dat er goed werk is

geleverd. Er ligt nu een goede planologische basis en een duidelijk kader voor ruimtelijke ontwikkelingen in het buitengebied."

In de uitspraak heeft de Raad van State de gemeente opdracht gegeven om voor deze onderdelen voor 15 september 2013 een nieuw bestemmingsplan vast te stellen. De gemeenteraad neemt hierover een nieuw besluit waarna een ontwerp-bestemmingsplan ter inzage komt te liggen.

BUSINESS FLITSEN

SAMENWERKEN: SLEUTEL TOT SUCCES

Inspirion Network verzorgt op 3 oktober een bijeenkomst in het Musis Sacrum in Arnhem met als thema "Samenwerken; de sleutel tot succes". Deze bijeenkomst wordt georganiseerd in samenwerking met Syntens Innovatiecentrum en Helder&Verder.

Heeft u grip op uw bedrijf en uw omgeving? Staat u sterk in de huidige markt en de politieke wispelturigheid? Veel ondernemers hebben het gevoel dat ze er alleen voor staan. Vaak een wel overwogen en succesvolle keus, maar in de meeste gevallen blijft samenwerken noodzakelijk. Hoe kunt u een team van partners om u heen bouwen zodat u in staat bent om te excelleren in uw kernkwaliteiten en waarbij uw verbeterpunten worden opgevangen? Wilt u (samen)werken in een omgeving met meer passie en een beter resultaat?

Op deze bijeenkomst biedt Inspirion een drietal workshops die de ondernemer inspireren tot innovatief ondernemerschap:

1. Innoveren in de nieuwe arbeidsmarkt
2. Anders communiceren: hoe haal ik het beste in mensen naar boven
3. Innoveren door nieuwe verbindingen aan te gaan

Ook is er alle gelegenheid tot het leggen van nieuwe netwerkencontacten en het verstevigen van bestaande netwerkcontacten.

Opgeven voor de bijeenkomst kan via de website www.inspirionnetwork.nl/jaarevent2012.

ACHTERHOEK INNOVATIEPRIJS 2012

De Achterhoek kent een enorme variatie aan innovatieve bedrijven in de maakindustrie. Om die bedrijven een steuntje in de rug te geven, de Achterhoek als innovatieve regio steviger op de kaart te zetten en de krachten nog verder te bundelen, wordt op 21 september aanstaande de Achterhoek InnovatiePrijs uitgereikt. Dat gebeurt door het Sociaal-Economisch Overleg voor de Achterhoek (SEO), dat hierin samenwerkt met het Achterhoeks Centrum voor Technologie (ACT), de Regio Achterhoek (RA), VNO-NCW Achterhoek, de Kamer van Koophandel, Syntens, de gezamenlijke Rabobanken in de Achterhoek, Bensen&Reuling Accountants en Achterhoek Magazine. Voor deze allereerste InnovatiePrijs hebben zich 39 bedrijven aangemeld.

VNO-NCW Achterhoek, landelijk gezien de afdeling met de meeste leden, vertegenwoordigt veel bedrijven in de maakindustrie en ziet innovatie als één van de speerpunten. Dit blijkt ook uit het feit dat de directeur van het AchterhoekCentrum voor Technologie als auditor zitting heeft in het bestuur van VNO-NCW Achterhoek en uit het feit dat VNO-NCW Achterhoek mede-organisator is van de Achterhoek InnovatiePrijs.

VNO-NCW voorzitter Bernard Wientjes is een van de juryleden van de InnovatiePrijs en zal tijdens de uitreiking op 21 september aanwezig zijn.

Het grote aantal inzendingen voor de Achterhoek InnovatiePrijs toont aan dat innovatie leeft bij Achterhoekse bedrijven, zeker in ogenschouw nemend dat het de eerste keer is dat de prijs wordt uitgereikt.



DAG VOOR DE BERKELLANDSE ONDERNEMER 2012

Platform BV Berkelland organiseert op donderdag 20 september voor de tweede maal de Dag voor de Berkellandse Ondernemer waar alle ondernemers uit Berkelland welkom zijn. Het centrale thema verdient meer aandacht gezien de huidige economische en maatschappelijke ontwikkelingen. Platform BV Berkelland wilt de ondernemers daarbij ondersteunen en oplossingen aandragen, niet alleen op de Dag voor de Berkellandse Ondernemer, maar ook de dagen, weken, maanden en jaren daarna.

Innovatief en duurzaam ondernemen en samenwerken in de keten en in de directe omgeving is de sleutel tot succes. De maatschappij spreekt de ondernemingen steeds meer aan op de wijze hoe men met duurzaamheid omgaat. Het zijn dan ook niet de 'spelregels' van de overheid die bepalend zijn hoe we in de toekomst ondernemen. Het moet en interne drive zijn om aan een nieuwe innovatieve toekomst te werken.

De locatie is Hof van Eckberge in Eibergen. Inschrijven kan via www.platformbvberkelland.nl.

De opkomst van virtuele beurzen

TEKST PATRICK WIJSMAN

Beurzen zijn belangrijk voor de face-to-face interactie tussen fabrikanten, leveranciers, distributeurs en eindklanten, met als doel vertrouwelijke zakenrelaties op te bouwen, de intensieve kennisuitwisseling tijdens netwerken te ondersteunen en om ideeën te generen. Alhoewel veel bedrijven deelnemen aan beurzen omdat zij weinig financiële middelen hebben om te investeren in duurdere marketingactiviteiten, kan het erg kostbaar zijn voor een exposant om deel te nemen aan een beurs. Ook is het soms erg tijdrovend om als bezoeker op een beurs rond te lopen. Bovendien heerst er controverse over het onvermogen van veel bedrijven om de return on trade show investment te meten. Dit probleem wordt nog versterkt door het feit dat veel bedrijven problemen hebben om toekomstige verkopen te koppelen aan de oorspronkelijke klanten. Virtuele beurzen kunnen een oplossing bieden.

Huidige ontwikkelingen in informatie- en communicatietechnologie helpen om de problemen op te lossen omtrent de stijgende kosten van deelname aan beurzen en het meten van het rendement hiervan. Zo beginnen zogenaamde 'virtuele beurzen' een kosteneffectief alternatief te worden voor de traditionele beurs. Virtuele beurzen zijn online platformen waar klanten, leveranciers en distributeurs virtueel bij elkaar komen op vrijwel elk gewenst moment en vanaf elke plaats. Op een virtuele beurs faciliteert een digitale multimedia-omgeving de interactie tussen exposanten en bezoekers via chat rooms, videoconferenties, op maat gemaakte digitale presentaties en interactieve online productdemonstraties. Er is geen uitgebreide kennis nodig om een virtuele stand te creëren of te bezoeken, aangezien de platforms normaal gesproken vooraf worden ontworpen. Na het voltooiën van een geautomatiseerde registratie worden contactgegevens in het profiel opgenomen zodat bezoekers deze kunnen bekijken en downloaden. Virtuele beurzen hebben betere tracking mechanismen (zoals de hoe-

veelheid tijd dat een bezoeker doorbrengt bij een virtuele stand) dan traditionele shows, wat voor een betere opvolging van leads kan zorgen. Op een fysieke beurs is het onmogelijk om iedereen zijn/haar activiteiten te zien, terwijl op een virtuele variant alles wordt gelogged; of je nu op een brochure klikt, een videoconferentie bijwoont of een chatsessie start. Op deze manier kunnen virtuele beurzen de hoge mate van virtual reality combineren met de efficiëntie en populariteit van het internet, zodat ondernemers geld en tijd kunnen besparen.

Groter bereik

Onderzoekers, beurspecialisten en bezoekers van fysieke beurzen hebben verschillende meningen over de mate van geschiktheid van virtuele beurzen om fysieke beurzen te vervangen. Virtuele beurzen zijn enerzijds even informatief als traditionele beurzen en anderzijds meer flexibel omdat bezoekers in hun eigen tijd en vanuit over ter wereld kunnen deelnemen. Daarnaast hebben virtuele beurzen een groter bereik zonder dat dit ten koste

gaat van de kwaliteit van de informatie over producten en diensten. Sterker nog, het verkrijgen en uitwisselen van kwalitatief goede informatie en de diepte en details hiervan kan zelfs worden verbeterd. Virtuele beurzen zorgen ook voor een daling van de transactiekosten, die bestaan uit tijd die ondernemers, managers en werknemers spenderen voor het zoeken naar klanten en leveranciers, maar ook de kosten voor reizen, fysieke ruimte voor vergaderingen en het verwerken van papieren documenten. Ook kan de informatie technologie van virtuele beurzen zorgen voor een vermindering van de waargenomen sociale afstand tussen mensen en daardoor de communicatie faciliteren en verbeteren.

Aanvulling

Een grootste nadeel van virtuele beurzen vergeleken met de fysieke beurs is het gebrek aan face-to-face contact. De 'personal touch' ontbreekt bij een virtueel platform, wat juist erg belangrijk kan zijn bij het opbouwen en/of onderhouden van een zakenrelatie. Veel onderzoekers en beurs-



specialisten zijn dan ook van mening dat virtuele beurzen de fysieke beurs alleen maar kunnen aanvullen en niet kunnen vervangen, aangezien er nog geen substitoot is gevonden voor de effectiviteit van face-to-face interactie. Face-to-face communicatie wordt over het algemeen beschouwd als een noodzakelijke voorwaarde voor de totstandkoming van betrouwbare relaties en het communiceren van gevoelige kennis en informatie op beurzen. Een ander belangrijk nadeel van virtuele beurzen is het onvermogen om producten werkelijk te zien en te voelen. Het kan zodoende moeilijk zijn om digitale producten en technologieën volledig te begrijpen zonder deze eerst in het echt te zien. Een virtuele beurs kan een bezoeker nog niet de ervaring geven van het werkelijk zien,

Patrick Wijsman is afgestudeerd aan de Erasmus Universiteit te Rotterdam als Master of Science Entrepreneurship & New Business Venturing. Voor zijn masterscriptie deed hij onderzoek naar de opkomst en haalbaarheid van virtuele beurzen, waarvoor hij onderzoeksdata verzamelde onder 104 bezoekers tijdens de beurs Ondernemers Vakdagen in september 2011 in de Evenementenhal Venray.

Wijsman is medeoprichter van het bedrijf Goodstore (www.goodstore.nl), een web concern met diverse webwinkels voor sign&display, decoratie en officeproducten. P.wijsman@goodstore.nl

voelen, ruiken en werkelijk uitproberen van producten.

Hybride beurzen

Ondanks dat de belangrijkste voor- en nadelen van het virtuele beurs concept duidelijk zijn, hebben onderzoekers, industrie-specialisten en fysieke beursbezoekers verschillende meningen over de mate van geschiktheid om fysieke beurzen te vervangen. Dit heeft vooral te maken met de huidige ontwikkelingen in informatie technologie, de huidige economische situatie en de volgende generatie 'digital natives' die de werkvloer gaan betreden. Het

is volgens sommige specialisten niet de discussie van virtueel vs. fysiek, maar meer hoe zij complementair kunnen zijn aan elkaar. Er zullen steeds meer zogenaamde 'hybride beurzen' gaan komen: fysieke beurzen met digitale verlengingen waarbij de face-to-face communicatie van een fysieke beurs wordt gecombineerd met de kostenbesparingen, het gemak en het grotere bereik van virtuele technologie. Ondanks dat het concept van virtuele beursexposities steeds populairder wordt en het de afgelopen jaren een gestage groei heeft meegemaakt, is het concept nog steeds nieuw voor de massa. ■

Haal meer uit uw beursdeelname

Een veelvoorkomende fout is het stellen van een beursdeelname als doel aan zich. Veel bedrijven vinden dat ze op een beurs hun gezicht moeten laten zien, omdat men anders denkt dat ze niet meer bestaan of dat het niet goed gaat. Een beurs kan echter ook als volwaardig communicatiemiddel worden ingezet naar uw (potentiële) doelgroep, en de nodige leads opleveren. Een succesvolle deelname aan een beurs begint met een concrete doelstelling en het bepalen van de beursstrategie. Een teveel aan doelstellingen is overigens niet effectief. Een bedrijf dat tijdens de beurs én nieuwe klanten wil werven, én een nieuw product wil introduceren, en ook nog eens de banden met haar bestaande relaties wil aanhalen, zou eigenlijk drie keer aan een beurs deel moeten nemen.

De juiste stand

De volgende stap is het creëren van een stand die doelstellingen kan ondersteunen. Een beursstand functioneert in feite in


drie stappen: aandacht krijgen, (potentiële) klanten boeien, interesseren en de basis leggen voor een langdurige relatie. Een veelgemaakte fout is dat een stand aan de bezoekers niet meteen duidelijk maakt wat het bedrijf precies doet, en waarom het interessant is voor hen. Ook al is de stand nog zo netjes aangekleed, enkel en alleen het vermelden van een bedrijfsnaam is niet voldoende om bezoekers te verleiden om even stil te blijven staan. Maak dus visueel duidelijk welke voordelen uw bedrijf te bieden heeft. Aansluitend hierop is het ook van belang om de standbouwer en/of standleverancier goed te brieven. Vertel meer over uw bedrijf, uw marktpositie, het imago, de klantenkring, de doelgroep tijdens de beurs, uw huisstijl, maar ook wie uw concurrenten zijn.

Bedenk ook van tevoren wat voor faciliteiten u in de stand nodig heeft. Als uw medewerkers enkel en alleen visitekaartjes uit hoeven te delen, zijn tafels en stoe-

len niet nodig. Als u echt met klanten in gesprek wilt gaan, moet u wel nadenken over wat voor meubilair er nodig is, en of u uw klanten bijvoorbeeld ook iets te drinken aan wilt bieden vanuit uw eigen keuken of bar. Denk ook aan voldoende stroomvoorziening wanneer u bijvoorbeeld gebruik maakt van beeldschermen en andere displays.

Bemannings

Wanneer strategie en stand zijn bepaald, is het tijd om na te denken over de standbemannings. Hoeveel mensen er op de stand staan, hangt natuurlijk af van de grootte van de stand. Te veel mensen in een kleine stand kan potentiële bezoekers af schrikken, maar onderbezetting kan tijdens drukke momenten klanten kosten. Zorg er in ieder geval altijd voor dat de stand nooit leeg is. Er zal maar net op dat moment een potentiële klant langslopen die iemand van het bedrijf wil spreken, en dan maar naar de concurrent loopt.



Klantencontact is essentieel voor bedrijven. Een beurs is de uitgelezen mogelijkheid om in een paar dagen verschillende potentiële klanten kennis te laten maken met uw bedrijf. Maar sec een stand laten bouwen en aanwezig zijn tijdens een beurs is geen garantie voor een grotere clientèle. Net als bij een marketingcampagne is het ook hier nuttig om een goede voorbereiding te treffen en een juiste strategie op te stellen.

Essentieel is dat de standbemanning geïnformeerd en gemotiveerd is, want zij moeten immers de leads en de klanten binnenhalen. Mensen met een positieve, enthousiaste houding leveren meer resultaten op dat iemand die voortdurend met diens mobiele telefoon bezig is.

De beste manier voor uw medewerkers om leads te verzamelen is natuurlijk het zelf actief aanspreken van mensen. Een leuke aanleiding hiervoor is het inzetten van prijsvragen en relatiegeschenken. Deze werken ook uitstekend om de aandacht van de bezoeker voor de stand langer vast te houden. Het aanspreken van bezoekers hoeft overigens niet selectief te gebeuren. Of een bezoeker wel of niet interessant voor het bedrijf is, merken de medewerkers vanzelf door de juiste vragen te stellen. Niet geschoten is immers altijd mis.

Slimme vragen

Het aanspreken en peilen van mensen is overigens een vaardigheid die niet ieder-

een onder de knie heeft. Vaak zijn de medewerkers in de stand die mensen die veel kennis over de producten en of diensten hebben, maar zij zijn niet altijd degenen die gewend zijn om constant bezoekers aan te spreken en hun behoeftes te peilen. Deze vaardigheden kunnen worden aangeleerd door middel van beurstrainingen. Een andere oplossing is het inhuren van specialisten die wél bezoekers en potentiële klanten op de juiste wijze aanspreken en hun behoeftes peilen, zoals hostesses of promotiemodellen. Door hen van tevoren goed te briefen over het bedrijf, kan een hostess bijvoorbeeld door middel van het uitdelen van een relatiegeschenkje heel makkelijk contact leggen met bezoekers. Door slimme vragen te stellen komt een hostess er vanzelf achter of de bezoeker een lead is en dus interessant is om in contract te brengen met een medewerker van het bedrijf. Wanneer toevallig alle medewerkers in gesprek zijn, kan de hostess de aandacht van de bezo-

ker langer vasthouden door een hapje of een drankje aan te bieden. En als een geïnteresseerde bezoeker niet kan of wil wachten, is het voor de hostess een kleine moeite om even de contactgegevens te noteren zodat een medewerker na de beurs alsnog contact op kan nemen.

Follow up

Wanneer de beurs voorbij is, pakken veel ondernemers het reguliere werk weer op. Opmerkelijk genoeg is een follow up niet bij elk bedrijf standaard. Vaak is er veel geld in de deelname gestoken en door na de beurs in contact te blijven met de leads, is de kans een stuk groter dat u de investering sneller terugverdiend.

Bron: beursstand.nl

Verhoging AOW- en pensioenleeftijd

Het land was in rep en roer, de kranten hebben er bol van gestaan en iedereen heeft er wel een mening over. Het is echter een feit: het stoppen met werken bij het bereiken van de 65-jarige leeftijd is niet langer vanzelfsprekend.

Op 10 juli 2012 heeft de Eerste Kamer ingestemd met het voorstel om de pensioengerechtigde leeftijd per 2014 in één keer te verhogen tot 67 jaar.

Hiermee samenhangend gaat ook de leeftijd waarop men een AOW-uitkering ontvangt omhoog. Dit gaat in (steeds grotere) jaarlijkse stappen, om te beginnen met 1 maand op 1 januari 2013, totdat de AOW-leeftijd in 2019 66 jaar is en vervolgens in 2023 67 jaar. Door de geleidelijke verhoging komt men tegevoet aan personen die vlak voor hun pensioendatum zitten. Daarnaast was al eerder besloten dat de partnertoeslag in de AOW per 1 januari 2015 vervalt.

Voor personen die moeite hebben om het verlies aan inkomen te compenseren komen er overgangsmaatregelen. Zo kunnen AOW-ers bijvoorbeeld een voorshot krijgen om een eventueel inkomensgat te overbruggen.

De verhoging van de fiscale pensioenleeftijd naar 67 jaar heeft als gevolg dat de aftrekbaarheid van pensioenpremies per 1 januari 2014 in één keer zal worden verlaagd. Hiertoe gaan de opbouwpercentages waarmee iemand pensioen opbouwt per 2014 omlaag, zodat een werknemer jaarlijks minder pensioenrechten opbouwt. Een evenredige premieverlaging zal er gezien de huidige tekorten in de pensioenfondsen naar alle waarschijnlijkheid niet in zitten.

Vanaf 2014 wordt zowel de pensioengerechtigde leeftijd als de AOW-leeftijd aan de levensverwachting gekoppeld. Kunnen we dan helemaal niet meer eerder (bijvoorbeeld met 65 jaar of eerder) met pensioen? Jawel, maar dan zal het eventuele tekort in privé moeten worden opvangen.

Of we het nu leuk vinden of niet, met deze herzieningen wordt in ieder geval beoogd om de houdbaarheid van het sociale zekerheid- en pensioenstelsel ook op termijn te kunnen waarborgen.



Inge Drabbels FB MB. Belastingadviseur

Lodder-Dales *Accountants en Adviseurs*

www.lodder.com

BUSIN

Bedrijfsleven bezorgd over stijgende gemeentelijke lasten

VNO-NCW Midden maakt zich zorgen over de heffing van gemeentelijke belastingen die worden doorberekend aan ondernemers en burgers. Daarom roept de ondernemersvereniging de gemeentes op om zich te houden aan de meerjarenafspraken die zijn gemaakt met het Rijk.

Het bedrijfsleven vormt de motor van de lokale (en regionale) economie en als zodanig leveren grote, middelgrote en kleinere bedrijven een belangrijke bijdrage aan de lokale en regionale welvaart. In deze tijden van economische tegenwind is het alle hens aan dek voor bedrijven om op koers te blijven qua omzet, groei, verdien capaciteit en vooral qua kostenbeheersing.

Met het ophogen van bestaande belastingniveaus, het aanpassen van rekenmethoden en het introduceren van nieuwe (varianten) belastingen met een lastenverhogend effect wordt door gemeentes een signaal afgegeven dat niet past binnen de meerjarenafspraken die zijn gemaakt met het Rijk en de decentrale overheden in 2011. Die afspraken zijn namelijk gericht op het begrenzen van de stijging van tarieven voor ondernemers. En de mate waarin deze tarieven beheerst worden door een gemeente zijn een belangrijk signaal voor de kwaliteit van het lokale/regionale ondernemers- en vestigingsklimaat.

Recent gaf een meerderheid van Tweede Kamerleden aan dat 'gemeentes efficiënter moeten werken in plaats de rekening bij burgers en bedrijfsleven te leggen'. Dit vanwege het feit dat de klacht over een te sterke stijging van de lokale lasten al jaren wordt gesignaleerd. Zelfs in een situatie van een goed draaiende economie was namelijk sprake van lastenverhogingen.

In plaats van het heffen van meer eigen belastingen zouden er heel andere afspraken gemaakt moeten worden. De stijging van de lokale lasten moet aan banden gelegd worden door middel van de (her)introdactie van een zogenaamde micronorm voor gemeentes, waardoor voor elke gemeente geldt dat de belastingopbrengst niet hoger mag zijn dan de opbrengst van het jaar ervoor. Er mag dan alleen gecorrigeerd worden voor inflatie en volume-effecten (bijvoorbeeld door huizenbouw).

ESS FLITSEN



HUNTENPOP BLIJKT CRISISBESTENDIG

De 23e editie van Huntenpop gaat letterlijk en figuurlijk de boeken in als een zonnige editie. Want niet alleen het weer zat mee, het festival bleef ook dit jaar calamiteitsvrij. Huntenpop blijkt overigens ook crisisbestendig te zijn, gezien de stijging van het aantal bezoekers ten opzichte van 2011. Zo zagen zo'n 20.500 mensen gevestigde namen als Alain Clark, Triggerfinger, Racoon en Sister Bliss optreden.

De organisatie is daarnaast trots op de vele positieve reacties naar aanleiding van optredens van acts als Muchachito Bombo Infierno, Vintage Trouble en Mister & Mississippi. "Dit sterkt ons in onze visie om naast de gevestigde namen in de toekomst meer aandacht te geven aan nog onbekende maar veelbelovende bands", aldus een woordvoerder van de organisatie. "Wie weet breken we komend jaar wel met onze policy door geen bands al een jaar later op herhaling te laten komen. Want ook vanuit de artiestenhoek kwamen vele positieve reacties. Van Triggerfinger tot onze Spaanse vrienden van Muchachito Bombo Infierno die maar wat graag terug zouden willen komen volgend jaar."

Mister Pinkpop Jan Smeets die, op uitnodiging van de organisatie, Huntenpop 2012 opende, is van mening dat er teveel festivals in Nederland zijn. De verwachting is volgens hem dat enkelen zullen moeten stoppen of gaan stoppen vanwege geringe belangstelling of kwaliteit of juist andere oorzaken. Voor Huntenpop gaat dit volgens hem niet op. "Ervaring en organisatorische kwaliteit en de locatiekeuze (DRU Park) maken dat Huntenpop zich kan plaatsen in de lijst van middelgrote festivals die er toe doen", aldus Smeets.

ADVIES VOOR OOST-GELDERSE ONDERNEMERS

Focuz TV start binnenkort met het nieuwe tv-programma 'Spreekuur van der Most'.

In het programma krijgen ondernemers uit Oost-Gelderland de mogelijkheid om vragen, proble-

men of ideeën voor te leggen aan topondernemer Hennie van der Most.

Regio Oost-Gelderland is een ondernemende regio. Om ondernemers in Oost-Gelderland te ondersteunen bij hun vragen, problemen of ideeën, haalt Focuz TV Hennie van der Most naar hun studio voor een spreekuur speciaal

voor ondernemers uit de regio. Van der Most, onder andere bekend van zijn ondernemingen Wunderland Kalkar, Preston Palace, De Koperen Hoogte en Speelstad Oranje, geeft in het tv-programma antwoord op de vragen van ondernemers aan tafel. De ondernemers krijgen de mogelijkheid om dankbaar gebruik te maken van de kennis die Hennie van der Most in huis heeft.

De wet incassokosten. Hoe zit het?



Per 1 juli 2012 is de Wet Incassokosten (WIK) ingegaan. Maar wat betekent dat voor u? Wist u dat u nu eerst een kosteloze aanmaning moet versturen, voordat u incassokosten in rekening mag brengen. Dat u uw klant 14 dagen de tijd moet geven om kosteloos te betalen? En dat er een wettelijke bovengrens voor de incassokosten is?

De wettelijke regeling voor buitengerechtelijke incassokosten, dit zijn de kosten die u als schuldeiser maakt om een geldvordering te innen, is er ter bescherming van de consument tegen hoge incassokosten. Tevens wordt de hoogte van de kosten duidelijk en kunnen conflicten daarover voorkomen worden. Als u alleen zaken met bedrijven doet, is de nieuwe wet niet van toepassing. U kunt de hoogte van de incassokosten echter wel vastleggen in uw overeenkomsten of Algemene Voorwaarden. Uiteraard dienen de incassokosten redelijk en billijk te zijn. Als u niets vastlegt, zal bij een gerechtelijke procedure de nieuwe staffel incassotarieven worden toegepast.

Belangrijke wijzigingen door de invoering van de incassokostenwet (B2C):

Een vaste staffel aan incassokosten, die aan de hand van percentages over de hoofdsom wordt berekend. Het minimale bedrag aan incassokosten is € 40,- (exclusief BTW). Alle andere kosten, zoals administratiekosten, zijn dan niet meer toegestaan; Incassokosten zijn verschuldigd nadat u de



debiteur in gebreke hebt gesteld én daaropvolgend een '14-dagen aanmaning' hebt verzonden. Deze '14-dagen aanmaning' moet voorzien zijn van de hoofdsom, de hoogte van de incassokosten en een betaaltermijn van 14 dagen. Hierna mag u zelf incassokosten doorbelasten aan uw debiteur. Misschien nog wel belangrijker: ook uw incassobureau mag pas incassokosten (de voornaamste inkomstenbron) doorbelasten na verzending van de '14-dagen brief'; Van deze wet kan niet in het nadeel van de particuliere schuldenaar worden afgeweken. Bij vorderingen tussen bedrijven (B2B) kunnen partijen onderling wel hogere incassokosten overeenkomen, bijvoorbeeld in de Algemene Voorwaarden. Tijdens procedures garandeert de (kanton)rechter de toewijzing van de kosten conform de consumentenregeling.

Daarnaast is het belangrijk uw Algemene Voorwaarden kritisch te bekijken. Met ingang van 1 juli 2012 is het niet meer mogelijk administratiekosten of andere kosten te rekenen, ongeacht wat in de Algemene Voorwaarden staat. Vanaf dat moment kunnen alleen de incassokosten in rekening worden gebracht conform de nieuwe Wet Incassokosten. U dient de Algemene Voorwaarden dan ook aan te (laten) passen.

De werkwijze van PLS Incasso sluit naadloos op deze nieuwe wetgeving aan. Mede dankzij de nauwe samenwerking met BAX Advocaten te Doetinchem kunnen wij u een uitgebreid pakket van diensten aanbieden.

Deze verandering is voor PLS Incasso aanleiding om een nieuwe huisstijl te introduceren. Met trots presenteren wij u op deze pagina reeds ons nieuwe logo dat binnenkort ook op onze nieuwe site te bewonderen is, waar iedereen kan ervaren dat PLS Incasso inspeelt op deze nieuwe wetgeving en veel meer doet dan alleen uw nota's incasseren.

Heeft u hulp nodig bij de uitvoering van de nieuwe wet of het aanpassen van uw algemene voorwaarden?

Neem dan vandaag nog contact op met PLS Incasso en bel met 0314 – 343234 of mail naar info@pls-incasso.nl.

Uw incasso wordt geregeld. ■

Marloes van Leijen
Credit Manager bij PLS Incasso

Edisonstraat 86 - 88 - 7006 RE Doetinchem
Postbus 828 - 7000 AV Doetinchem

ONDERNEMER WIL MIDDENKABINET

Ondernemers zien na de verkiezingen het liefst een middenkabinet opdoemen van VVD, PvdA, CDA en D66. Dat blijkt uit een onderzoek van het Financieel Dagblad en TNS Nipo onder ruim 1000 ondernemers. Alleen een zakenkabinet is populairder, maar volgens het FD is de kans daarop bijna nul.

Koopkracht en werkgelegenheid noemen ondernemers als belangrijkste aandachtspunten voor de nieuwe coalitie. De steun voor versoepeling van het ontslagrecht brokkelt af. Nog maar 52 procent van de ondervraagden is voor, 45 procent zegt tegen te zijn.

Al met al is de Nederlandse ondernemer negatief over het klimaat in Nederland. Ondernemer is nu niet aantrekkelijk in Nederland, zeven van de tien Nederlandse werkgevers is negatief over het huidige ondernemersklimaat.



SALDO BANKSPAREN STRAKS BESCHERMD BIJ FAILLISSEMENT

Banksparen (bancaire lijfrente) is vaak voordeliger dan een verzekerde lijfrente. Het saldo op een bankspaarrekening is echter niet beschermd bij een faillissement. Dat verandert per 1 oktober. Schuldeisers kunnen via de rechter beslag laten leggen op goederen van de schuldenaar, maar op een aantal zaken zoals het bed, de kleren, eten en drinken kan geen beslag worden gelegd.

Dit geldt ook voor de verzekerde lijfrente. Voor banksparen, dat in veel gevallen voordeliger is, geldt deze bescherming echter niet. Om een gelijk speelveld te creëren tussen banken en verzekeraars, wordt de faillissementswet per 1 oktober 2012 aangepast. Bancaire lijfrenten blijven na die datum buiten het faillissement, voor zover de stortingen voor de inkomstenbelasting in aftrek konden komen. Er is dan voor de bescherming bij faillissement geen verschil meer tussen de verzekerde lijfrente en de bancaire lijfrente.

DERTIEN ORGANISATIES UIT GELDERLAND GENOMINEERD VOOR BESTE WERKGEVERS AWARDS 2012

Dertien organisaties uit de provincie Gelderland zijn genomineerd voor de Beste Werkgevers Awards 2012. Zij zijn in hun categorie doorgedrongen tot de top 50. Het gaat om Achmea, Alliander, Cito, Coop Supermarkten, Deli XL, Fundeon, de Gemeente Buren, het Kadaster, Parfumerie Douglas Nederland, Planon, RIBW Arnhem & Veluwe Vallei, Shimano Europe Group en ZOA.

Het Beste Werkgeversonderzoek is dit jaar voor de elfde keer uitgevoerd om een objectief oordeel te kunnen vellen over werkgeverschap in Nederland. Aan het onderzoek hebben 269 organisaties deelgenomen. Inmiddels zijn de 100 hoogst gekwalificeerde organisaties bekend gemaakt in twee categorieën: meer dan 1000 en minder dan 1000 medewerkers. Zo is er voor elke categorie een top 50 van Beste Werkgevers. De positie die organisaties op de ranglijst krijgen is gebaseerd op de algemene tevredenheid van de eigen medewerkers. Verder zijn er awards voor bedrijven die het sterkst zijn gestegen ten opzichte van de meting van vorig jaar.

BUSINESS FLITSEN

FAILLISSEMENT ACHTERHOEKS BUREAU VOOR TOERISME TREFT VVV ACHTERHOEK

Door het faillissement van het Achterhoeks Bureau voor Toerisme (ABT) moet ook VVV Achterhoek noodgedwongen haar deuren sluiten. Koepelorganisatie VVV Nederland betreurt het ten zeerste dat alle inspanningen na het recent uitgesproken faillissement van het Achterhoeks Bureau voor Toerisme niet hebben kunnen voorkomen dat VVV Achterhoek ook niet meer aan haar financiële verplichtingen kan voldoen.

Hoewel de VVV organisatie op zichzelf gezond is, zorgt de financiële verwevenheid met het ABT ervoor dat ook de VVV in het faillissement wordt meegezogen. VVV Nederland betreurt het wegvallen van werkgelegenheid van al die professionele VVV-medewerkers die zich met grote betrokkenheid hebben ingezet voor de dienstverlening aan gasten en bezoekers van de Achterhoek en voor de belangen van de toeristisch-recreatieve ondernemers in de regio.

Sluiting

Stichting VVV Achterhoek is als franchiseneemer aangesloten bij VVV Nederland en exploiteert de VVV-dienstverlening in de Achterhoek. Dat doet zij op zowel fysieke locaties als in digitale vorm, zoals via verschillende websites. VVV Achterhoek exploiteert zelf vier vestigingen. Het faillissement betekent dat deze vier VVV-vestigingen per direct zijn gesloten. Het gaat om de VVV/ANWB-vestigingen in Zutphen en Winterswijk en de VVV-vestigingen in Montferland/'s-Heerenberg en Doetinchem.



De Achterhoek kent echter meer VVV-vestigingen en VVV-agentschappen (kleinschalige informatieposten al dan niet bij lokale ondernemers). Deze worden geëxploiteerd door derden die met VVV Achterhoek hiervoor een exploitatieovereenkomst hebben afgesloten. Deze vestigingen en agentschappen vallen nadrukkelijk buiten het faillissement en zullen dus gewoon operationeel blijven. Ook de digitale informatievoorziening blijft gewaarborgd. De toeristische website www.vvvachterhoek.nl blijft in de lucht en wordt steeds geactualiseerd.

VVV Nederland zal de komende periode alles in het werk stellen om de VVV-dienstverlening in de gehele Achterhoek zo goed als mogelijk te waarborgen. In nauw overleg met de regio-Achterhoek, gemeenten en het toeristisch-recreatief bedrijfsleven zal worden gekeken naar alternatieve mogelijkheden zowel in fysieke als digitale vorm.

SCHMITZ BOOMS GERECHTSDEURWAARDERS EN INCASSO GAAT VERHUIZEN

Het kantoor van Schmitz Booms Gerechtsdeurwaarders en Incasso, met de elf medewerkers (de twee gerechtsdeurwaarders, een kandidaat-gerechtsdeurwaarder, een jurist en zeven medewerkers), verhuist op 1 oktober naar een kantoorpand aan de Havenstraat 128 te Doetinchem. Op die datum zijn de benoeming van Bas Booms als gerechtsdeurwaarder in Doetinchem en de wijziging van de standplaats van Carlo Schmitz van Terborg naar Doetinchem een feit. In het nieuwe pand in de centrumgemeente van de Achterhoek is er dan weer voldoende ruimte voor alle medewerkers voor het op een snelle manier behandelen van het gehele incassotraject: van eerste aanmaning tot beslaglegging.

De adresgegevens in Doetinchem worden:

Schmitz Booms Gerechtsdeurwaarders en Incasso - Havenstraat 128 - Postbus 6 - 7000 AA Doetinchem
T 0314-323366 - F 0314-332101 - E info@schmitzbooms.nl

Strengere kredietvoorwaarden van banken maken het ondernemers lastig



Europese banken hebben in het tweede kwartaal van dit jaar de kredietvoorwaarden voor bedrijven en consumenten verder aangescherpt. Dat blijkt uit onderzoek van de Europese Centrale Bank (ECB).

Gratis Webinars 'Financiering: Hoe kom ik aan geld?'

Het krijgen van financiering bij banken wordt voor ondernemers dus nog moeilijker dan nu al het geval is, schrijft kredietverzekeraar Atradius in een economisch rapport aan de hand van de meest recente cijfers.

Zwakke economie

De voorwaarden voor bedrijfsfinanciering blijven in 2013 zeer krap vanwege het zwakke economische klimaat. Door het voortduren van de schulden crisis zijn de kredietvoorwaarden vooral scherp in de Eurozone. De krappe kredietvoorwaarden en slechte economische prestaties betekenen ook voor 2013 een moeilijk klimaat voor bedrijven. Daarbij bestaan er een aantal grote risico's waarvan een verdere escalatie van de crisis in de Eurozone de belangrijkste is. Kredietverzekeraar Atradius verwacht dat het aantal faillissementen in 2012 in de meeste landen toe zal nemen en op een hoog niveau blijft in 2013. In de slechtst presterende landen loopt het aantal faillissementen in 2013 mogelijk nog verder op.

Langzaam herstel wereldeconomie

De mondiale economische groei herstelt zich naar verwachting in 2013 na een zwak resultaat in 2012. De groei komt volgens de prog-

nose in 2013 uit op 2,9% vergeleken met 2,5% in 2012. Achter de mondiale ontwikkelingen gaan grote verschillen tussen ontwikkelde en opkomende landen schuil. De opkomende landen vertonen hoge groeicijfers terwijl er bij de ontwikkelde landen nauwelijks sprake is van groei.

Licht herstel in 2013

Het Centraal Planbureau (CPB) voorspelt dat de Nederlandse economie dit jaar met 0,75% krimpt en volgend jaar een zwakke groei laat zien van 0,75%. De economische groei is vooralsnog laag door de problemen in de Eurozone, de daling van de huizenprijzen en door de overheidsbezuinigingen. De problemen op de huizenmarkt zorgen voor een daling van het vermogen van huiseigenaren, een afname van het aantal consumentenleningen en een stijging van de spaarzaamheid onder huishoudens. Daarnaast hebben consumenten te maken met de hervormingen en de bezuinigingen door de overheid die probeert om het huishoudboekje op orde te brengen.

De weg naar financiering

Ondanks de negatieve tendens is het nog altijd mogelijk je bedrijf te financieren. Dat kan op vele manieren. Via beter intern financieel beheer, via banken - maar zorg dat je goed bent voorbereid - of via alternatieve financieringsvormen, zoals bijvoorbeeld crowdfunding. Meer over de juiste weg naar financiering lees je in het boek *Eerste hulp bij Financiering*. ■

Bronnen: Atradius, ECB, MKB

Social Media Expert in een week

De opkomst van social media biedt grote kansen voor mensen en bedrijven. Het sociale web is een ongekeerde kennisbron die kan helpen bij het verbeteren van producten, diensten en proposities. Dankzij nieuwe vormen van communicatie, marketing en verkoop kunnen bedrijven razendsnel hun bekendheid vergroten en omzet verhogen. Met simpele trucs kunnen zowel de eigen website als profielen op sociale netwerken uitgroeien tot plekken waar waardevolle interactie tot bloei komt.

In dit boek beschrijft Jeroen Bertrams hoe bedrijven met succes de zeven belangrijkste activiteiten op social media kunnen uitvoeren: luisteren, communiceren, publiceren, marketing, verkopen, optimaliseren en meten. Op Twitter, Facebook, en LinkedIn tot en met Google+, Group en Pinterest. Van sociale netwerken tot en met reviewsites, weblogs en fora. Van social media marketing tot en met succesvolle webcare.

Achterin het handzame en overzichtelijke boekje staan nuttige links voor het aanmaken en onderhouden van profielen, adverteren op social media, en artikelen over socialmedia.

TITEL: SOCIAL MEDIA EXPERT IN EEN WEEK

AUTEUR: JEROEN BERTRAMS OMVANG: 128 PAGINA'S, HARDCOVER

ISBN: 978 90 5594 041 7 PRIJS: € 16,-

UITGEVER: SCRIPTUM PUBLISHERS, WWW.SCRIPTUM.NL



Miss Marketing Business in de Evanomie®

Waarom zou je in hemelsnaam een boek over feminine marketing lezen als je

a. een vent bent en weinig aanleiding ziet om je onder te dompelen in een bad van oestrogenen en vrouwenpraat?

b. een vrouw bent en niemand jou meer iets hoeft uit te leggen over deze hoedanigheid?

Het antwoord luidt: vrouwen zijn de nummer 1 business opportunity, want vrouwen zijn, chargerend gezegd, bemoeizuchtige controlfreaks die over bijna alles beslissen in zo ongeveer iedere denkbare sector. Alleen heeft nog steeds niet iedereen dit door. Minstens zo belangrijk is dat vrouwen en mannen radicaal verschillend zijn en het beter begrijpen van deze verschillen helpt je om deze business opportunity volop te benutten. Zelfs als je zelf vrouw bent, zul je verstandig staan van wat genderkennis jou aan inzichten kan opleveren. De Evanomie is namelijk groter dan vrouwen alleen, aangezien we midden in de megatrend van een feminiserende wereld leven. Miss Marketing is een kans om eindelijk antwoord te krijgen op de vraag die Freud en zijn makkers tot waanzin dreef: Was will das Weib? En degene die deze kennis het best kan toepassen, kan straks een tropisch eiland kopen, of twee. Dus houd je vast, zelfs al ben je geen marketer of reclamemens, deze management glossy in boekvorm opent de weg van 'mismarketing naar Miss Marketing'.

Het boek bevat interviews met onder anderen Roos Wouters (Fuck ik ben een feminist), Kluun (Haantjes) en Jan Heemskerck (Playboy), business cases over onder meer Harley Davidson, Go Super Model en Eliza was here en met het Feminine Sparks Model, werkbladen, checklists en brainstormideeën voor een quickstart Miss Marketing.

Tot zover de flaptekst. Die belooft een heleboel, en maakt het ook waar! Een aanrader, zeker niet alleen voor vrouwen en ook zeker niet alleen voor personen die actief zijn in de reclame- of marketingwereld. Ook leuk: de quotes en verwijzingen ('Deze tijd vraagt om vrouwelijk leiderschap, van mannen en vrouwen') ('If men liked shopping, they'd call it research').

TITEL: MISS MARKETING

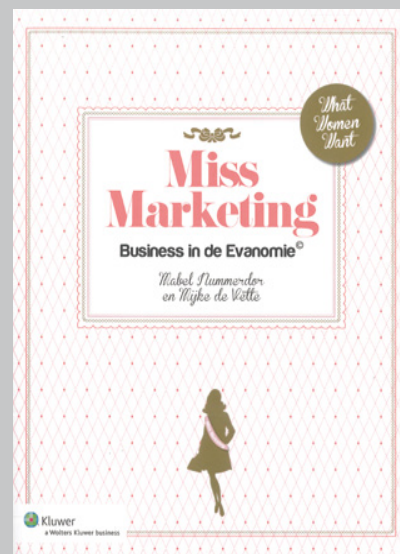
OMVANG: 330 PAGINA'S, GEBONDEN

PRIJS: € 24,95

AUTEURS: MABEL NUMMERDOR EN MIJKE DE VETTE

ISBN: 9 789013 106886

UITGEVER: KLUWER, WWW.KLUWER.NL





SPECIAL OFFICE



Het Nieuwe Werken – Nieuwe kantoren?

Je kunt tegenwoordig geen magazine meer openslaan of er staat wel een artikel in over Het Nieuwe Werken (HNW). Dat wordt door veel mensen die er verstand van zeggen te hebben, nog steeds gepresenteerd als een ware revolutie op kantorengedebied, alleen te vergelijken met de industriële revolutie. In de praktijk valt het met die revolte echter nogal mee – behalve in de moderne kantoorinrichting.

De term Het Nieuwe Werken is al twee decennia oud, maar nog steeds niet achterhaald. Want er vinden telkens weer nieuwe ontwikkelingen plaats die de benaming rechtvaardigen. Het probleem is dan echter: hoe noemen we de jongste ontwikkeling? Het Nieuwste Werken? Het Allernieuwste Werken? Het Nog Nieuwere Werken?

Allereerst, een definitie van HNW met een korte beschrijving:

- plaats- en tijdsafhankelijk werken
Je kunt tegenwoordig overal werken (waar wifi is) en wanneer jou dat uitkomt;
- management op prestatie
Niet meer volgens aanwezigheidscontrole, maar op het op tijd af hebben van projecten;
- het kantoor krijgt een geheel andere inrichting
In plaats van hokjes (cubicles) of rijen dezelfde bureaus, een soort halfopen kantoorruimte met taakgerichte ruimtes;
- samenwerken in teams
Veel meer gezamenlijke, afdelingsoverschrijdende projecten in plaats van individueel stukjes van een groter, voor dat individu onzichtbaar geheel.
- managers zijn teamleiders en zitten dus tussen hun medewerkers in plaats

van afgezonderd in aparte kantoren. Natuurlijk zijn er waarschijnlijk wel meer aspecten te noemen, dat is afhankelijk van de organisatie (cultuur zowel als type) die HNW wil invoeren.

Communiceren

Als we nu even terugkijken, kunnen we het begin van HNW (laten we het maar bij die term houden) vastleggen op de ontwikkeling van alternatieve manieren van communiceren. En daarmee is het magische woord genoemd: communicatie. Want uiteindelijk hebben die nieuwe communicatiemiddelen bovengenoemde eigenschappen van HNW grotendeels gefaciliteerd. Dat begon misschien al met de telegraaf: je hoefde niet meer perse oog in oog te staan met de gesprekspartner. De komst van telefoon, telex en fax maakten de communicatie nog gemakkelijker en sneller: met de fax kon je zelfs foto's versturen. Toen de e-mail en het internet ten tonele verschenen, ging het allemaal nog sneller en makkelijker, en tegenwoordig hebben we videoconferencing in een zodanig hoge kwaliteit beeld en geluid dat je je echt in één kamer waant met de gesprekspartner, ook al zit die aan de andere kant van de wereld.

Waar het op neer komt, is dat je dus niet meer in diezelfde ruimte hoeft te zijn om

een conversatie (of vergadering) te houden. Met andere woorden: je bent niet meer gebonden aan een kantooromgeving om productief te zijn voor een organisatie.

Werknemer wordt ondernemer

Daarnaast vonden er allerlei sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen plaats: mensen werden mondiger, vrijer en zelfstandiger in het uitvoeren van de taken. De moderne werknemer is een ondernemer geworden, en hoe meer ondernemers je in je organisatie hebt, hoe hoger de prestaties. Die moderne werker bepaalt zelf wanneer en waar hij werkt, en dat blijkt steeds minder op een kantoor te zijn – want daar hoeft hij of zij immers niet meer perse aanwezig te zijn dankzij technologische ontwikkelingen als de smartphone, tablet en internet. Toch hecht men veel waarde aan het samenkomen, het gezamenlijk doorspreken van zaken in een 'live' vergadersfeer. Dat geldt niet alleen voor het management (de nodige controle over de voortgang van de projecten), maar ook voor de medewerkers zelf. Men wil de collega's zien, met hen praten, overleggen, het gevoel hebben dat men ergens bij hoort. Het kantoor is dan een ontmoetingsplek.

Maar niet iedereen kan overal en altijd werken: het is niet voor iedere medewerker geschikt, noch voor iedere organisatie. Denk aan zeer vertrouwelijke informatie die men liever niet via het internet communiceert, ondanks allerlei beveiligingsmaatregelen zoals inlogcodes en encryptie. Dit betekent dat er in één organisatie mensen kunnen werken die wel, en mensen die niet aan HNW doen. En dat heeft nogal wat consequenties voor de inrichting van dat moderne kantoor.



Drie werkplekken

In feite zijn er tegenwoordig, dankzij HNW, drie plekken te definiëren waar men werkt: ten eerste natuurlijk het kantoor, ten tweede is er de thuiswerkplek, en ten derde de aanlandplek, en die kan dus overal zijn, bijvoorbeeld in het park, in een zogenaamd horekantoor (een café of hotel dat een zone of ruimte heeft gereserveerd als werkomgeving) of een compleet gefaciliteerde werkplek zoals Seats2Meet of Regus die aanbieden. Met name de laatste vorm komt men steeds vaker tegen, er blijkt een groeiende markt voor te zijn. Er zijn zelfs organisaties die hun leegstaande vierkante meters ingericht houden als volwaardig kantoor en werkplekken en ruimtes per uur of dagdeel verhuren aan bijvoorbeeld zzp'ers. Zo houd je toch nog voordeel aan je leegstaande meters, en als het weer beter gaat met de economie en je weer wilt uitbreiden, is dat snel geregeld.

De thuiswerkplek wordt steeds vaker goed, dat wil zeggen arbotechnisch en ergonomisch verantwoord, ingericht, zij het over het algemeen gezelliger (huiselijker) dan dit op het 'echte' kantoor het geval is. Dat hangt er ook grotendeels vanaf of de werkgever die thuiswerkplek (deels) financiert dan wel faciliteert – er zijn namelijk ook organisaties die de medewerkers thuis dezelfde voorzieningen bieden als op kantoor.

Akoestiek

Dat kantoor heeft de afgelopen decennia een enorme verandering ondergaan waar het de inrichting betreft. Weg met de cubicles, leve de kantoortuin. Maar de geheel open ruimte bleek niet te werken – letterlijk. Want men had geluidsoverlast van elkaar: de akoestiek was het grootste probleem. Maar terug naar de hokjes wilden we ook niet. Uiteindelijk kwam men tot de ontwikkeling van zogeheten zones. Die open ruimte bleef, maar werd verdeeld door middel van de creatie van hoekjes waar men, dankzij scheidingswanden, plantentellages of archiefkasten (met geluiddempende afwerking) tamelijk afgezonderd kon overleggen zonder de andere medewerkers te storen. Dat werkte redelijk, maar was nog niet optimaal.

Het idee van die afzondering zonder terugkeer naar de hokjes werd verder doorontwikkeld: het concept van



de taakgerichte ruimtes kwam in zwang. Die ontwikkeling was natuurlijk logisch: er waren immers allang aparte koffiecorners, vergaderruimtes en spreekkamers waar cliënten werden ontvangen. Vervolgens werden er aparte ruimtes ingericht waar men kon bellen, kort kon overleggen, langere vergaderingen kon houden, kon loungen, geconcentreerd kon werken of kon brainstormen. Die ruimtes waren dan voor de 'vaste' werknemers, degenen die eigenlijk de gewone kantoortijden aanwezig waren. Voor de tijdelijk aanwezige werknemer (bijvoorbeeld een vertegenwoordiger) werden aanlandplekken gecreëerd, veelal benches waar meerdere mensen naast elkaar even (maximaal 2 uur, volgens arbo-normen) konden werken.

Zitzakken

Maar het moderne kantoor is al enige tijd op deze manier vormgegeven. Overal in het land zijn daarvan voorbeelden te vinden. Wat nog redelijk nieuw is, zijn de meubels die speciaal zijn ontworpen om in dergelijke taakgerichte ruimtes te worden geplaatst. En dan hebben we het niet over de zitzakken die zogenaamd creatief denken moeten stimuleren maar waar eigenlijk niemand echt lekker op kan zitten

werken. Elke ergonomo of fysiotherapeut kan namelijk vertellen dat voor elke kantoortoer de medewerker in feite een andere, op die zithouding afgestemde, zitvoorziening moet hebben. We vermijden bewust het woord stoel, want er zijn veel soorten zitvoorzieningen, van kniestoel tot bal, van 24-uursstoel tot lounger. Telefoneren doe je namelijk in een andere houding dan schrijven of typen. En er zijn maar heel weinig bureaustoelen die alle zithoudingen, gekoppeld aan de verschillende taken, optimaal faciliteren. Nog maar afgezien van het feit dat de meeste kantoormedewerkers niet weten hoe ze hun bureaustoel kunnen afstellen op hun individuele lichaamseigenschappen (lengte, gewicht). Idealiter zijn er dus op elke verschillende werkplek verschillende stoelen te vinden.

Na de bureaustoel is het werkblad het tweede belangrijke element van de werkplek. Dit blad moet elektrisch in hoogte verstelbaar zijn, in het geval van benches dus ook afzonderlijk per werkplek. Voor de individuele werkplekken zijn zit-statafels geschikte oplossingen. Want bewegen is belangrijk, zeker bij een zittend beroep. Dynamisch werken heet dat dan. Verlichting is een derde element, maar helaas krijgt dat vaak te weinig aandacht.

In het ideale geval is die lichtvoorziening individueel te regelen qua lichtsterkte – oudere werknemers hebben een hogere lichtsterkte nodig dan jongere.

Voor wat betreft de andere voorzieningen op de verschillende werkplekken kunnen we nog enkele pagina's vullen, maar daar zijn vakbladen voor.

Het Nieuwe Werken heeft de inrichting van veel kantoren voor een groot deel veranderd. Lang niet alle kantoren zijn nu HNW-proof, en op dit moment bestaan de traditionele en de nieuwe vormen naast elkaar. Sommigen beweren dat dit is omdat de zogenoemde babyboom-generatie wil vasthouden aan traditionele manieren van werken (van 9 tot 5, aan een vaste werkplek) maar dat is nooit bewezen door onderzoeken. Of de inrichting volgens HNW uiteindelijk overal zal worden doorgevoerd, is te betwijfelen. Want niet iedereen en niet elke organisatie wil of kan overgaan op HNW. Maar dat de kantoorinrichtingsbranche een dynamische wereld is, staat wel vast. Want men is er wel achter (dankzij allerlei onderzoeken) dat de inrichting van de kantooromgeving een duidelijke invloed heeft op de medewerkers in die ruimtes. Die invloed kan dan maar beter positief zijn. ■

ICT NIEUWS

KONICA MINOLTA INTRODUCEERT NIEUWE KLEUREN MFP'S

Konica Minolta introduceert de bizhub C454 en bizhub C554. Deze nieuwe modellen zijn een aanvulling op de pas geïntroduceerde MFP's bizhub C224, C284 en C364. Dankzij het eenvoudig gebruik, laag energieverbruik en andere groene technologieën zijn de bizhub C454 en C554 zeer geschikt voor grote werkgroepen en afdelingen. Tevens is swipen op de nieuwe MFP's mogelijk evenals dual-scannen. Hiermee kunnen 160 pagina's per minuut worden gescand. De nieuwe printers beschikken ook over een groot aantal afwerkingsmogelijkheden: denk hierbij aan nieten (50 of 100 vel), perforeren (twee- of vier-gats) en boekjes maken.

De bizhub C454 en C554 printen in kleur én zwart-wit respectievelijk 45 en 55 pagina's per minuut. Beide MFP's hebben een negen inch kleuren touchscreen dat net zo eenvoudig te gebruiken is als de meeste smartphones of tablets.



De hele line-up staat in het teken van groene technologie door het lage energieverbruik. Hierdoor wordt ook de 'Total Cost of Ownership' (TCO) vermindert. Zo scannen de bizhub C454 en bizhub C554 zonder opwarmtijd.

Daarnaast draagt een functie als de eco-timer, een toepassing waarbij werkcondities worden geanalyseerd en automatisch de slaapstand kan worden aanpast, bij aan milieuvriendelijke prestaties.

NIEUWE LEXMARK ID-APP IDENTIFICEERT VERVALSTE CARTRIDGES

Lexmark heeft een Lexmark ID-app aangekondigd. Met deze applicatie kun je met smartphone of tablet na gaan of inkjet-cartridges daadwerkelijk van Lexmark zijn. De applicatie gaat uit van het serienummer van de cartridge.

In sommige gevallen worden Lexmark-cartridges illegaal hergebruikt door ze opnieuw met inkt te vullen en te verpakken in een Lexmark-verpakking. De herkomst en kwaliteit van deze cartridges zijn voor de klant onbekend. Soms kunnen de cartridges gaan lekken, na een paar pagina's ophouden met printen, helemaal niet printen of de printer beschadigen.

De applicatie werkt als volgt:

- Download de gratis app voor Android, Apple of Blackberry;
- Installeer de app en scan de barcode van de Lexmark-doos, zak of cartridge. Het serienummer wordt naar een database verstuurd voor directe verificatie;
- Klanten die niet over een smartphone of tablet beschikken, kunnen het serienummer van de cartridge invoeren op lexmark.com/identify om dezelfde verificatie te verkrijgen;
- De Lexmark ID-app is per direct beschikbaar via lexmark.com/identify.

NIEUWE FUNCTIE MARKETING MANAGER BENELUX OKI

Printerfabrikant OKI heeft Tim Leenders benoemd tot Marketing Manager Benelux. Hij zal in deze rol verantwoordelijk worden voor het ontwikkelen en uitvoeren van de channel marketing strategie binnen Nederland en België.

Leenders (31) is tot op heden werkzaam geweest bij Tech Data Nederland als Program Marketing Manager voor de Systems en Software divisie. Daarvoor bekleedde hij marketing functies bij MAXDATA en Toshiba Computer Systems.



De stimulerende thuiswerkplek

Het kiezen van de juiste inrichting voor de thuiswerkplek kan voor veel mensen problematisch zijn. Het creëren van een productie-stimulerend thuishkantoor vereist kennis op het gebied van het juiste bureau, stoel en ander meubilair dat nodig is voor een comfortabele, maar ook verantwoorde werkomgeving. Voordat je begint te bestellen, kijk eerst eens naar de werkplek op kantoor: welke spullen gebruik je daar, en bevallen ze?

Wat je op kantoor hebt, hoeft niet per se ideaal te zijn voor het thuishkantoor. Maar het kan je wel een idee geven hoe je het thuis wilt inrichten. Daar wil je immers niet alleen goed kunnen werken, maar je ook prettig voelen, waarschijnlijk wel meer dan op kantoor. Een efficiënt ingericht home office met het juiste meubilair is cruciaal voor je comfort, maar de nadruk ligt natuurlijk op je productiviteit.

Werk en privé

In het ideale geval heb je de beschikking over een aparte kamer of gedeelte van een ruimte die je de bestemming home office kunt geven. Zorg dan dat die ruimte of zone op het eerste gezicht al een andere aanblik vertoont dan bijvoorbeeld de huiskamer. Want hoewel enige tijd geleden de trend heerste dat werk en privé met elkaar verweven moesten zijn, zijn we daar gelukkig van teruggekomen: een (niet al te scherpe) scheiding van beide bezigheden heeft veel voordelen, maar dat is voor iedereen persoonlijk. Verf de muren van die kamer of zone dan in een aangename kleur, en hang inspirerende foto's of andere dingen aan de wand. Niet teveel, dat leidt weer af.

Meubilair

Het volgende belangrijke onderdeel wordt gevormd door het meubilair. Dat moet comfortabel zijn maar ook weer niet té. Er

moet tenslotte gewerkt worden. Het grote voordeel van het zelf mogen inrichten van de thuiswerkplek is dat je kunt kiezen wat je zelf leuk/mooi/praktisch/effectief vindt. (Overigens hoeft het één het ander niet uit te sluiten). We gaan er hier trouwens van uit dat de gebruiker de vrije hand heeft, er zijn ook werkgevers die de thuiswerkers alleen dat aanbieden wat ze ook op kantoor hebben, vaak uit economische of ergonomische overwegingen. Natuurlijk wil je ook voor je thuishkantoor een inrichting die past bij je opvattingen over design. En dat is het beste in te vullen met het meubilair. Het goede nieuws is dat er enorm veel kantoormeubels zijn te vinden die aantrekkelijker zijn dan de standaard grijze bureaus en kasten die vroeger de kantoren ontsierden. Snuffel maar eens op het internet, het aanbod is werkelijk enorm, zowel nieuw als gebruikt. Want het beschikbare budget speelt natuurlijk ook een bepalende rol in dit geheel. Wat in dit geval ook belangrijk is, is of dat budget (deels) ter beschikking wordt gesteld door de werkgever, of dat het uit de eigen zak moet komen.

Onderdelen

De basic inrichting in een home office bestaat uit een stoel, een werkblad (bureau) en een archiefkast. We bespreken de verschillende onderdelen hieronder. Uitgangspunt voor de aanschaf van meubilair is altijd de bureaustoel.

- De bureaustoel: Zorg dat de bureaustoel die je aanschaft, ergonomisch verantwoord is en dat deze ook geschikt is om langere tijd op te zitten. Hij moet de correcte zithouding faciliteren, en als het even kan voor meerdere kantoortaken geschikt zijn. Enig comfort is ook niet te versmaden, al heeft het ontbreken van discomfort de eerste prioriteit. Is de stoel op kantoor perfect voor je, dan is het uiteraard logisch om dezelfde voor thuis aan te schaffen. Is dat boven budget, dan zijn er voldoende alternatieven, te beginnen bij gebruikt meubilair. Een hoogwaardige stoel is ook tweedehands nog zeker bruikbaar. Ga je op zoek naar een andere stoel, probeer dan verschillende uit bij de aanbieders van dergelijk meubilair, daarbij kan een kantoorvakhandel nuttige adviezen geven. Wil je per se een goedkope stoel, ga er dan maar van uit dat je binnen afzienbare tijd op zoek moet naar een andere stoel. Een goede bureaustoel vergt een investering, maar die betaalt zichzelf terug, bijvoorbeeld omdat die geen klachten veroorzaakt. Een thuiswerker zal in zijn home office kiezen voor een meer luxe stoel. Daarom maken we hier een onderscheid tussen de 'gewone' en de directiestoel – er van uit gaande dat beide ergonomisch verantwoord zijn.
- De gewone bureaustoel: deze is geschikt voor het uitvoeren van alle taken



die een kantoorwerker gewoonlijk moet verrichten: schrijven, typen, lezen, bellen, overleggen. De stoel is gebouwd om de vele bewegingen die de medewerker bij die taken moet doen, te ondersteunen. Dit soort stoel is herkenbaar aan de lage rug, het ontbreken van armsteunen, en geringe afmetingen. Uiteraard zijn er variaties mogelijk, bijvoorbeeld een hogere rug, of wel armsteunen. De stoel is geschikt voor gebruik in kleinere ruimtes, en heeft rollers. De ergonomische stoel (zie ook elders in dit magazine) heeft een functionele lendensteun en is op vele aspecten instelbaar (zithoogte, zitdiepte, enzovoort).

- De directiezetel: ook wel de managersstoel genaamd, is groter dan de gewone

bureaustoel, heeft een dikkere stoffering (leder), met instelbare armsteunen, een hoge rug en een meer robuuste constructie. Daarnaast is hij meestal een stuk duurder in aanschaf.

De beste directiezetels zijn op maat gemaakt (of op maat ingesteld door een arbodeskundige of de leverancier van de stoel), en hebben daarom veelal meer instelmogelijkheden dan de gewone bureaustoel. Voor de thuiswerker kan dat problemen opleveren als hij of zij niet goed weet hoe de stoel correct in te stellen.

Elders in deze editie gaan we dieper in op de eigenschappen van de ergonomische bureaustoel. Uitgangspunt bij het selecte-

ren van een dergelijke stoel is de lichaamslengte van de gebruiker. Ben je langer dan 1.80m, dan is een stoel met een hogere rugleuning (tot en met de schouders) aan te raden. Voor extra comfort kun je kiezen voor een uitvoering met een aparte hoofdsteun, vergelijkbaar met die in een auto, en een synchronmechisme.

- Het bureau: Als je eenmaal hebt gekozen voor een goede, ergonomische bureaustoel, dan kan het best zijn dat er een nieuw bureau moet komen. Die twee elementen zijn namelijk onlosmakelijk met elkaar verbonden. Bent u voor de aanschaf van de stoel te rade gegaan bij de kantoorvakhandel, dan kan deze u ook

adviseren op het gebied van werkbladen. Ook op dit gebied zijn echter wel wat richtlijnen te geven. Bepaal eerst hoeveel ruimte je hebt voor het bureau, ervan uitgaand hoeveel ruimte je denkt nodig te hebben. Een werkblad dat te klein is bemeten, resulteert al snel in een onoverzichtelijke chaos – tenzij je een zeer opgeruimd en georganiseerd type bent. Het gaat erom, een zo efficiënt mogelijk werkplek te creëren. Dat kan dus ook een modulair systeem zijn dat uitbreidbaar is waar en wanneer nodig.

Voor wat betreft stijlen, die zijn er ontelbaar: strak modern, klassiek, compact, massief, enzovoort. Ga weer uit van de stijl die je wilt hebben in je werkruimte en zoek een passende werktafel, liefst eentje die in hoogte verstelbaar is zodat die kan worden aangepast aan je lichaamsverhoudingen. Bepaal ook wat je wilt: een vaste werkplek of een meer mobiel work station. Ga ook hierbij uit van de formaten van je bureau of je kantoorwerkplek.

Opslag

Een van de belangrijke zaken die nog weleens wordt vergeten bij de inrichting van de thuiswerkplek, is de opslag, het archief. Op het kantoor worden de archiefkasten niet meer opgemerkt, en langzamerhand verdwijnen er ook steeds meer van die kasten of krijgen ze een extra functie als ruimtescheider. En op kantoor staan meestal van dergelijke kasten die je liever niet in je huis wilt hebben staan. Maar ook voor kantoren zijn er tegenwoordig aantrekkelijk afgewerkte archiefkasten, in allerlei soorten en maten. Dus zijn er ook die geschikt zijn voor de thuiswerkplek, waar ongetwijfeld meer eisen worden gesteld aan het uiterlijk van die opslagfaciliteiten. Nu hoeven die kasten tegenwoordig, met de voortschrijdende digitalisering, niet meer zo groot te zijn, maar enige bergruimte heb je altijd wel nodig. Want je wilt de zaken die je op de thuiswerkplek hebt, ook netjes en georganiseerd en overzichtelijk op kunnen bergen – en weer snel terug kunnen vinden als je ze nodig hebt. Met enig zoeken kun je functionele kasten vinden in kleuren en stijlen die perfect bij de rest van je inrichting passen.



Die opslagfaciliteit dient vlakbij de werkplek te staan, ofwel naast het bureau dan wel tegen een muur. Houd er rekening mee dat je op een gegeven moment wel eens uitbreiding nodig zou kunnen hebben van je opslagruimte, in dat geval kan een modular systeem uitkomst bieden. Een netjes ingerichte archiefkast biedt een professionele, opgeruimde aanblik in je thuishoek. En je weet wat ze zeggen: een opgeruimde werkplek getuigt van een opgeruimde bovenkamer...

Supplies en ander spul

Elke kantoorwerkplek heeft zijn eigen verzameling supplies: nietmachine, perforator, pennenbakje, notitieblokje, tijdschriftenhouder, plakbanddispenser, enzovoort. Als je dat allemaal hebt rondslingeren op je werkblad, dan bied je niet bepaald een georganiseerde aanblik. Daarom zijn er rolcontainers met in de bovenste lade een opbergplek voor al dat kleine spul, liefst met vakindeling voor

enig overzicht. De andere lade(s) kunnen ruimte bieden voor andere zaken zoals dossiers (in een hangvariant). Deze organisatoren zijn eveneens verkrijgbaar in groot aantal variaties. Meestal worden ze aangeboden bij het bureau, en zijn dan uiteraard uitgevoerd in dezelfde kleur en stijl. Vraag jezelf af of je wel behoefte hebt aan een 'echte' archiefkast, of dat je kunt volstaan met de bergruimte die zo'n rolcontainer biedt.

Wat meestal wordt vergeten, is de aanschaf van een degelijke en praktische bureaulamp. Ook hierbij kan de kantoorvakhandel advies bieden. Goed en gericht licht op de werkplek is van groot belang.

De verdere inrichting is puur persoonlijk: planten, foto's, gadgets, dat alles kan het thuishoek nog aangenamer maken. Dat zorgt dan voor een nog hogere motivatie om een forse prestatie te leveren. ■

Illegale software op de werkplek:

Werkgever verantwoordelijk

Een kwart van de Nederlandse werknemers gelooft dat hun baas niet verantwoordelijk is voor werknemers die illegale software gebruiken op hun eigen mobiele apparaat. Dit is ten onrechte. Ongeacht het soort apparaat, de werkgever is in Nederland verantwoordelijk voor de software die de werknemer gebruikt op de werkplek.

Dit zijn de belangrijkste conclusies uit een onderzoek over Bring Your Own Device (BYOD), dat in opdracht van de Business Software Alliance (BSA) is uitgevoerd door onderzoeksbureau Team Vier. Het meebrengen van een eigen mobiel apparaat naar de werkplek en het daar gebruiken voor zakelijke doeleinden is steeds populairder bij zowel werkgevers als werknemers. Dit heeft wel tot gevolg dat steeds meer bedrijven richtlijnen opstellen om deze trend te kunnen managen en controleren.

Niet verrassend

Het is niet verrassend dat BYOD populair is onder werknemers. Bijna veertig procent van de ondervraagden definieert de apparatuur van hun werkgever als overbodig. Ze hebben het gevoel dat hun werkgevers te langzaam reageren op ICT-ontwikkelingen. Een derde van de ondervraagden wil meer inspraak in de hard- en software die hun werkgevers gebruiken. Meer dan een vijfde geeft de voorkeur aan het verkrijgen van een jaarlijks IT-budget om zelf hard- en software aan te schaffen.

Richtlijnen onbekend

Opmerkelijk is verder dat twintig procent van de werknemers niet weet wat de richtlijnen van hun werkgevers op BYOD-gebied



zijn. Daarentegen hebben veel werknemers het gevoel dat ze zelf BYOD niet zouden goedkeuren als zij werkgever zouden zijn. Maar liefst zeventig procent geeft aan dat ze dan de controle zouden verliezen.

Risico's

Als werknemers hun eigen apparaat gebruiken voor zakelijk gebruik, kan dit serieuze risico's met zich meebrengen voor de werkgever. Dit geldt speciaal als werknemers illegale software op hun apparaat gebruiken. Het BSA-onderzoek toont aan dat tien procent van de werknemers geen probleem heeft met het downloaden van illegale software op de apparaten die ze ook op de werkplek gebruiken. Werknemers tussen de 18 en 34 jaar vormen het grootste deel van deze groep. Ruim een kwart van de mannelijke

respondenten vindt het geen probleem om een zakelijke presentatie te maken in een illegaal softwareprogramma. Voor vrouwen is dit veel lager: slechts veertien procent. "Het ongeoorloofd gebruik van software stelt organisaties bloot aan belangrijke veiligheidsrisico's, zoals schadelijke bestanden, identiteitsdiefstal, dataverlies en andere onrechtmatige activiteiten", zegt Jacco Brand, voorzitter van de BSA in de Benelux. Het is volgens BSA voor werknemers daarom essentieel met software om te gaan alsof het een strategisch zakelijk bezit is, ongeacht of het op een apparaat van een werknemer of van het bedrijf staat. ■

Bron: fmm.nl

Waar moet je op letten bij de aanschaf van een tablet?

Wie had er jaren geleden gedacht dat tablets zo succesvol zouden worden zoals ze nu zijn. Niemand had toch verwacht dat een 'uit de kluiten gewassen' iPod Touch aan zou slaan? Toch is niets anders waar. Maar wat zijn nou goede tablets? En waar moet je op letten bij de aanschaf van een tablet? Oost-Gelderland Business zet het op een rij.

Een tablet is feitelijk niets anders dan een compacte laptop, alleen een stuk handzamer. Een tablet heeft niet alle mogelijkheden van een laptop en is net iets uitgebreider dan een PDA of smartphone. Ook de rekenkracht van een tablet is niet zo groot als die van een laptop, maar wel weer groter dan die van een PDA. De tablet is vooral bedoeld om overal te kunnen werken aan kleine documenten, het nieuws bij te houden of te surfen op internet. De eerste generatie tablets werden nog bediend met een stylus. Tegenwoordig beschikken ze

allemaal over touchscreens en kun je in principe alles met één vinger doen. Er zijn twee soorten touchscreens die in tablets gebruikt worden. Een resistentief touchscreen is de goedkoopste variant en werkt middels druk die je op het scherm uitoefent. Dit kan soms zorgen voor een wat trage werking. Een capacitief touchscreen werkt middels elektrische ladingen en geeft snellere reacties op bewegingen die je uitvoert op het display. Dit soort touchscreen zie je dan ook in 99 procent van de betere tablets terug.

Belangrijke afkortingen

- Apps: Applicaties. Dit zijn softwareprogramma's die je kunt downloaden op je tablet.
- CPU: Central Processing Unit, of processor in het Nederlands. Deze chip zorgt voor het 'denkvermogen' van de tablet en is dus verantwoordelijk voor alle berekeningen en acties. Hoe sneller de processor kan denken, hoe sneller de tablet is.
- HD of SSD: Hard Disk of Solid State Disk. Beiden zijn harde schijven waarop data wordt opgeslagen. Een HD heeft bewegende onderdelen en is hierdoor kwetsbaar en relatief langzaam. Een SSD maakt gebruik van een chip en is dus een stuk sneller. De techniek is echter wel duurder.
- OS: Operating System, besturingssysteem in het Nederlands. De software waar de tablet op draait. iOS en Android zijn de bekendste en meest voorkomende.
- SD card: Secure Digital card, of gewoon een SD-kaart. Een handig opslagmedium waarmee je het opslaggeheugen van een tablet kunt uitbreiden.

De top 10 van dit moment

- iPad 3 Wifi 16GB wit
 - Samsung Galaxy Tab 2 10.1 Wifi zilver
 - Samsung Galaxy Tab 2 10.1 - Wifi + 3G zilver
 - iPad 3 Wifi + 4G 16GB wit
 - iPad 3 Wifi 16GB zwart
 - Samsung Galaxy Tab 2 10.1 Wifi wit
 - iPad 2 Wifi 16GB zwart
 - Asus Transformer Pad Infinity + dock 64GB
 - Blackberry Playbook 16 GB
 - iPad 3 Wifi 32 GB zwart
- Bron: tabletcenter.nl

Het toetsenbord is on-screen en het gebruik daarvan vergt wat oefening. Optioneel is het natuurlijk mogelijk om een los toetsenbord aan te schaffen.

Waarom een tablet?

Een belangrijke vraag die veel mensen zich stellen is of ze nu werkelijk een tablet nodig hebben. Met een laptop kun je namelijk veel dezelfde dingen doen en die is natuurlijk ook mobiel. Maar, een tablet heeft een groot voordeel ten opzichte van een laptop en dat is de bediening. Met je vinger kun je alles bedienen wat er op een tablet PC als functie verschijnt. Zo kun je gemakkelijk op het internet surfen en door websites scrollen, video's afspelen, boeken lezen inzoomen op foto's en nog veel meer. De bediening is in één woord te omschrijven als 'intuïtief', wat door veel mensen als natuurlijk ervaren wordt.

De tablet kan dus gezien worden als een nieuwe manier om je computer te bedienen welke veel vloeiender, gemakkelijker, natuurlijker en vooral fijner is. Natuurlijk is het voor veel mensen even wennen om niet



meer op een echt toetsenbord te kunnen tikken, maar aan de andere kant kun je ook zeggen dat wanneer je veel moet schrijven je toch een laptop of PC zult gebruiken. De tablet is vooral voor alle bedrijvigheid tussendoor en onderweg.

Zakelijk

Natuurlijk kan er op een tablet ook gewerkt worden. Er zijn inmiddels voor elk platform voldoende applicaties en diensten beschikbaar om je werk op je tablet te kunnen doen. Denk aan het versturen van e-mails, het bewerken van Word bestanden, het lezen van PDF's, het maken van een PowerPoint presentatie, het bijwerken en syn-

chroniseren van je agenda. Er zijn zelfs diverse applicaties op de markt die tablets kunnen omtoveren in een mobiele telefoon. Kortom, ook voor productiviteit onderweg en thuis is een tablet ideaal.

Besturingssystemen

Een belangrijk aspect in het gebruik van tablets zijn de diverse besturingssystemen. Dit bepaalt toch grotendeels de look en feel van de tablet. Oost-Gelderland Business zet de belangrijkste besturingssystemen op een rij.

iOS

iOS is het besturingssysteem van Apple voor mobiele apparaten zoals de iPhone en

iPad. Het sterkste punt van iOS is de Appstore waarin vele honderdduizenden applicaties te vinden zijn waarmee je je iPad nieuwe functionaliteit kan geven. iOS is bekend geworden met weergeven van pagina's met pictogrammen, elke pictogram is gekoppeld aan een applicatie. iOS 4 en nieuwe versies ondersteunen multitasking en laten je applicaties en snelkoppelingen ordenen in mappen. De standaard browser in iOS is Safari, deze browser is erg geschikt voor gebruik op touchscreens. Safari is een snelle browser met weinig poespas en biedt een fijne mobiele browse ervaring. Het nadeel van de Apple software is wel dat het geen Flash ondersteunt. ▲



Android

Android is het mobiele besturingssysteem van Google. Android is open source, dit betekent dat ontwikkelaars veel vrijheid hebben met het creëren van applicaties, grafische schillen (skins) en het wijzigen van instellingen. Android is in eerste instantie ontwikkeld voor smartphones maar is tegenwoordig dus ook beschikbaar op netbooks en tablets. Voor Android zijn vele honderdduizenden applicaties beschikbaar via Google Play, de Android variant op de Appstore. Veel van de beschikbare applicaties worden gemaakt door liefhebbers en zijn gratis beschikbaar. Android biedt uitgebreide en gemakkelijke integratie van Google diensten zoals Google Calender, Gmail, Google Maps en Youtube. Daarnaast zijn ook de meeste niet-Google diensten goed ondersteund, wanneer Google zelf bepaalde diensten niet ondersteund zijn er vaak ontwikkelaars die dit wel aanbieden als applicatie.

Blackberry Tablet OS

Blackberry heeft ervoor gekozen om geen bestaand besturingssysteem te nemen voor de Blackberry Playbook. In plaats daarvan

hebben ze hun mobiele besturingssysteem 'Blackberry OS' omgebouwd tot 'Blackberry Tablet OS'.

Blackberry Tablet OS is een op QNX (platform voor besturingssystemen) gebouwd besturingssysteem dat geoptimaliseerd is voor multitasking, veiligheid en integratie met allerhande Blackberry diensten. Wanneer je al een Blackberry smartphone gebruikt, biedt Blackberry Playbook je volledige integratie.

Blackberry Tablet OS biedt uitgebreide applicatie ondersteuning en de meeste Blackberry smartphone applicaties zijn beschikbaar gemaakt voor de tablet variant. Synchronisatie met een Windows systeem is makkelijk te realiseren.

Windows 8 te laat?

Het nieuwste besturingssysteem van Microsoft is nog niet op de markt. Toch zijn er al tijden discussies over gaande. Het ene marktonderzoek geeft aan dat het besturingssysteem met open armen zal worden ontvangen, terwijl het andere zegt dat Microsoft achter de feiten aanloopt. Het bedrijf uit Redmond in de Verenigde Staten is

niet de eerste club die een besturingssysteem aanbiedt voor tablet. Hierdoor heeft het dus een fikse achterstand op de andere partijen. Microsoft heeft nu al een enorme achterstand opgelopen, die alleen maar zal toenemen. Samsung en Apple hebben nu al hun respectievelijk tweede en derde generatie tablets op de markt.

Onlangs werd duidelijk dat naast de Surface-tablet van Microsoft zelf ook Asus, Dell, Lenovo en Samsung Windows RT-tablets gaan maken. Windows RT is een besturingssysteem speciaal gemaakt voor tablets, maar gebaseerd op Windows 8. Opvallend is dat HP en Acer, respectievelijk de nummer 1 en 3 uit de IT-wereld, niet genoemd worden.

Uiteindelijk kunnen we concluderen dat elk besturingssysteem zijn voor- of nadelen heeft. Het is per gebruiker een kwestie van smaak. Vaak is het afhankelijk van het soort smartphone je gebruikt. Heb je een iPhone, dan ben je eerder geneigd om een iPad aan te schaffen. En andersom geldt dat voor Samsung natuurlijk ook. ■

Oefen je gezond(er)

De een vindt het aanstellerij, de ander is er heilig van overtuigd dat het een serieuze aandoening is: RSI, ofwel Repetitive Strain Injury. Feit is dat er mensen zijn die als gevolg van te lang te veel dezelfde beweging uitoefenen, ernstige lichamelijke klachten kunnen krijgen.

Iedereen is het er echter wel over eens dat bewegen nuttig, zo niet noodzakelijk is voor mensen met een zittend beroep zoals kantoormedewerkers. Dat pauzeprogramma's op de computer niet echt effectief zijn, is ook al bewezen. Men vindt ze irritant, betuttelend en schakelt ze daarom maar weer snel uit. Maar wat dan? Omdat je moet bewegen, geven we hier enkele praktisch oefeningen die je gewoon op de werkplek kunt doen. Het is weliswaar geen tai-chi, maar helpen doet het zeker om lichamelijke klachten te voorkomen.

RSI-oefeningen

- Laat uw armen ontspannen langs uw lichaam naar beneden hangen en open uw handen zodat uw vingers en armen zo ontspannen mogelijk zijn. Schud dan rustig met uw armen en handen, als het ware om de stijfheid uit uw schouders, armen, handen en vingers te schudden. Bal vervolgens uw vuisten en ontspan weer (15 tellen lang).
- Maak met uw schouders een cirkelvormige beweging door ze eerst zover mogelijk naar voren te trekken, dan zo hoog mogelijk op te trekken en vervolgens weer zo ver mogelijk naar achteren te trekken. Herhaal deze beweging in omgekeerde volgorde, dus zowel voor- als achterwaarts (10 tellen lang).
- Reik met uw armen zo hoog als u kunt. Strek uw vingers en bovenlichaam zover mogelijk, net alsof u iets van een hoge plank wilt pakken. Ontspan en herhaal 3 à 4 keer.
- Ontspan uw nekspieren en laat uw hoofd voorover hangen met de kin op de borst. Schommel daarna rustig met uw hoofd, maar niet te ver naar links en rechts. Voel hoe de spanning uit uw nekspieren verdwijnt (10 tellen lang).

- Vouw uw handen samen achter uw hoofd en strek de ellebogen zover mogelijk naar achteren, zonder teveel druk uit te oefenen. Trek daarna uw rug hol zonder te forceren en ontspan. Herhaal dit 3 à 4 keer.
- Buig voorover op uw stoel en raak uw tenen aan, strek de armen en schouders en probeer zover mogelijk te reiken. Voel hoe de spanning in uw rug en schouders afneemt. Ga weer rechtop zitten en ontspan. Herhaal deze oefening 3 à 4 keer.
- Neem, voordat u verder gaat met uw werk, een ogenblik de tijd om uw lichaam helemaal te ontspannen. Ga gemakkelijk zitten en laat uw ellebogen op uw schoot of armleuningen rusten. Adem een paar keer diep in en uit en probeer uw omgeving even te vergeten. Doe deze oefening één minuut.

Oog-oefeningen

Ook de belasting van de ogen, veroorzaakt door langdurig kijken naar het beeldscherm, kan worden verminderd door het doen van enige oefeningen. Hierdoor wordt de bloedvoorziening van de ogen gestimuleerd en de doorstroming van het traanvocht bevorderd. Doe de oefeningen op z'n minst per elk half uur.

- Knijp de ogen stijf dicht (10 tellen lang).
- Sper de ogen wijd open en knijp ze daarna stevig dicht. Herhaal dit 3 keer.
- Masseer de ogen zachtjes met de vingertoppen, met een ronddraaiende beweging (15 tellen lang).
- Knipper zo snel mogelijk met de oogleden (10 tellen lang).
- Sluit de ogen en draai de oogbollen rond; zover mogelijk naar rechts, naar boven, naar links en naar onder. Eerst 3 keer rechts, boven, links, onder en dan 3 maal rechts, onder, links, boven.

Overigens is de zogeheten lunchwalk natuurlijk ook een zeer welkome afwisseling van het zittend werken. En tussendoor kun je altijd even een loopje maken naar een collega op een andere afdeling, in plaats van hem of haar weer een mailtje te sturen. ■



OOST-GELDERLAND

BUSINESS®



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



ŠKODA Superb Combi Businessline Ook zakelijk de ideale Combi.



De ŠKODA Superb Combi Businessline. Sommige combinaties zijn ook zakelijk gezien bijzonder effectief. Dat geldt zeker voor de nieuwe ŠKODA Superb Combi die inhoud en stijl samenbrengt tot een ideale zakelijke Combi. Niet alleen de ruimste in z'n klasse en zeer comfortabel, maar tevens voorzien van duurzame motoren, extra veiligheid en vele handige toepassingen. Was de ŠKODA Superb Combi al een uiterst slimme investering met een leaseprijs vanaf € 559,-, de Businessline doet daar nog een schepje bovenop. Met nog rijker uitgeruste Combi's, speciaal ingericht op de zakelijke rijder. En dat tegen een uiterst verantwoorde meerprijs.


De Active Businessline beschikt o.a. over:

- Amundsen touchscreen navigatiesysteem • Automatisch dimmende binnen- en buitenspiegels
- Lichtmetalen velgen 16 inch Spectrum • Mistlampen vóór met Corner-functie • Multifunctioneel 4-spaaks lederen stuurwiel • Parking Distance Control achter • Regensensor • ESC (Elektronische Stabiliteits Controle) met ASR (Anti-Slip Regeling) • Climate Control

De ŠKODA Superb Combi Businessline. Vanaf € 29.290,-. Lease vanaf € 559,-.

Kom snel naar onze showroom voor een overtuigende proefrit. U bent van harte welkom.

skoda.nl

Brandstofverbruik gemiddeld 4,4-10,2 L/100km (1 op 9,8-22,7) CO₂-emissie 114-237 gr/km. 

Genoemde vanaf prijs is incl. BTW en BPM, excl. verwijderingsbijdrage en kosten rijklaar maken. Leasebedrag is excl. BTW en brandstof per maand via ŠKODA Leasing o.b.v. 48 mnd en 20.000 km per jaar full operational lease. Excl. verzekering en eigen risico € 500,- per gebeurtenis. Wijzigingen, druk- en zetfouten voorbehouden. Getoonde afbeelding kan meeruitvoeringen bevatten.

VRUGGINK HALLE B.V.

Halseweg 39

7025 ET Halle, 0314-63 13 96

info@vruggink.nl, www.vruggink.nl

Top 3 Dealer van het Jaar 2010, 2011 & 2012

“you can go your own way!”
fleetwood mac



skerp functionele communicatie
grutstraat 44, doetinchem
tel 0314 65 00 90
www.skerp.nl