

BrabantBreed



PIETER VAN DEN BERK

JUNI 2012 10

INTERNATIONALISERING: 'PIETER VAN DEN BERK' INTERNATIONAAL BEDRIJF GEWORTELD IN BRABANT
BTW VAN 19% NAAR 21% WORSTELLEN MET GOOGLE **WAT BOEIT DAT BINDT** **DE WAARHEID: DUURZAME ENERGIE**

EEN INITIATIEF VAN BRABANT ONDERNEEMT

PIETER VAN DEN BERK VAN 'VAN DEN BERK BOOMKWEKERIJEN' IN SINT-OEDENRODE:

"INTERNATIONAAL BE BRABANTSE GROND"

Ook aan 'Van den Berk Boomkwekerijen' in Sint-Oedenrode is de crisis van de afgelopen jaren niet geheel voorbij gegaan. Toch blikt Pieter van den Berk, algemeen directeur van het Rooise bedrijf, met enige tevredenheid terug op het recente verleden. "Wij zijn al vele jaren een internationaal bedrijf. We exporteren inmiddels naar 28 landen. Daardoor kennen we een enorme spreiding. We zijn niet afhankelijk van één of enkele landen. Bovendien heeft de crisis zich niet overal op hetzelfde moment voorgedaan."

Populier

'Van den Berk Boomkwekerijen' zit nog altijd op de plaats waar het bijna zeventig jaar geleden gestart is: aan de Donderdonk in het landelijke gebied tussen Best en Sint-Oedenrode. Daar waar het landschap voor een belangrijk deel nog in beslag genomen wordt door populieren. "Juist die boom vormt ook de oorsprong van ons bedrijf. Grondlegger Peer van den Berk kweekte, naast zijn werk als een

allerlei hoedanigheden en functies actief en in juli 2007 is hij aangetreden als algemeen directeur. Hij is trots op hetgeen in bijna zeventig jaar letterlijk uit de Brabantse grond ontsproten is: "Een waardering daarvoor kregen we in 2009. Uit handen van toenmalig landbouwminister Verburg ontvingen we de 'Tuinbouwondernemersprijs 2009'. En winnaar van de 'Bronze Rose 2009' in de internationale 'Grower of the Year'-competitie. Dat streelt!"



"Inmiddels is 'Van den Berk Boomkwekerijen' marktleider in Nederland en behoort het bedrijf tot de top zes van Europa"

veehouder, populieren voor de klompen- en luciferindustrie. In de jaren zestig van de vorige eeuw hebben zijn zoons vervolgens de basis gelegd voor de boomkwekerij die het nu is", licht Pieter van den Berk (42) in het kort de geschiedenis van zijn bedrijf toe. Hij is al sinds 1988 in

Marktleider

De kernactiviteit van 'Van den Berk Boomkwekerijen' is het kweken van bomen en heesters van gangbare tot zéér grote maten. Dat betekent concreet een stamomtrek van twintig centimeter tot meer dan twee meter. Het assortiment omvat meer dan 1700

soorten laanbomen, struiken, solitaires, vormbomen en rododendrons.

Verspreid over drie locaties - naast de hoofdvestiging in Sint Oedenrode zijn er nog twee bedrijven in Duitsland - vindt de kweek plaats op een gebied van 450 hectare. Van den Berk levert over geheel Europa aan overheden en particulieren. En verder werkt het bedrijf aan speciale projecten. Inmiddels is 'Van den Berk Boomkwekerijen' marktleider in Nederland en behoort het bedrijf tot de top zes van Europa. Pieter van den Berk met een brede lach: "We komen overal, als het maar met de auto te berijden is!"

DRIJF GEWORTELD IN

Rododendron

Sinds 2006 houdt één van de bedrijven in Duitsland (Rastede) zich uitsluitend bezig met het kweken van rododendrons en azalea's. De daar aanwezige veengrond is ideaal voor de teelt van die planten. Van den Berk heeft inmiddels een assortiment van 140 soorten. En ook hier weer 'van gangbaar tot groot'. Rododendrons van ongeveer veertig centimeter tot vier meter hoog en breed. "We planten direct in de volle grond. Dat is een belangrijke kwaliteitsbepalende factor", legt Pieter van den Berk uit.

Olympische Spelen

Op prominente plaatsen in geheel Europa vinden bomen en struiken van 'Van den Berk Boomkwekerijen' een vruchtbare voedingsbodem. Een aantal grote steeneiken sieren de entree van Windsor Castle in Engeland. De groene omlijsting van het paleis van justitie in Barcelona. De leilindes en taxushagen in de tuin van het Louvre in Parijs. En natuurlijk ook de Wereldtuinbouwtentoonstelling Floriade 2012 in Venlo. Maar het meest tot de verbeelding spreekt op dit moment de aankleding van het atletendorp van de Olympische en Paralympische Spelen 2012 in Londen met meer dan tweeduizend bomen. "Dit is natuurlijk een gigantische erkenning. Niemand in Europa kan nog



"Een aantal grote steeneiken sieren de entree van Windsor Castle in Engeland"

om ons heen", geeft Pieter van den Berk breed lachend aan. Van die Olympische opdracht heeft hij veel geleerd: "We beseffen nu echt hoe je zoiets groots, zo'n enorm project tot een goed einde brengt. Wij kunnen voortaan alles aan!"

Tekst: Geert van den Eijnden
Fotografie: Cheezz Photography



Van den Berk
Boomkwekerijen
Nurseries Baumschulen Pépinières



GEBRAND OP HET BUITENLAND!



De juni editie van Brabant Breed staat ditmaal in het teken van internationalisering. Het is immers een gegeven dat Brabantse bedrijven hun vleugels steeds vaker uitslaan over de landsgrenzen heen.

En terecht. Internationaal zakendoen biedt dan ook enorme kansen. Dankzij belangrijke tools als het internet is de internationale handel niet meer alleen weggelegd voor grote bedrijven, maar kunnen ook de wat kleinere ondernemingen zich bij de buurlanden van hun beste kant laten zien.

In totaal blijkt ongeveer 25% van alle Nederlandse bedrijven zich bezig te houden met handel over de grens. De meeste Brabantse bedrijven die in het buitenland zakendoen bieden diensten aan, of importeren, danwel exporteren goederen. Een kleiner deel importeert diensten of investeert in het buitenland.

Vanwege hun snelle economische groei wordt bij internationaal zakendoen al snel gedacht aan de zogenaamde BRIC-landen, te weten de landen Brazilië, Rusland, India en China. Maar laten we niet vergeten dat de meeste Brabantse bedrijvendoorgaans iets dichterbij huis blijven. Voor deze bedrijven vormen bijvoorbeeld landen als Duitsland en België erg belangrijke markten. Hoe dan ook, als ondernemer is het cruciaal om op verschillende geografische markten aanwezig te zijn en om de bedrijfsactiviteiten op flexibele wijze te kunnen verplaatsen tussen verschillende landen.

Toch blijkt internationaal opereren voor veel bedrijven in de praktijk lastig. De wereldmarkt biedt niet enkel nieuwe kansen, maar wordt ook steeds concurrerender. Daarnaast kan het cultuurverschil op zakelijk vlak de ondernemer meer parten spelen dan aanvankelijk gedacht. Om dan winstgevend te blijven opereren, is soms een lastige taak.

Als bestuur van Stichting Brabant Onderneemt kunnen wij de ondernemer die internationale markten wil verkennen in ieder geval adviseren zich aan te sluiten bij een netwerk met ondernemers die reeds ervaring hebben met internationaal zakendoen. Zo zijn er gegarandeerd tal van mensen die specifieke kennis hebben van het land en het onderwerp waarover u meer wilt weten. Vanuit Brabant Onderneemt onderhouden wij reeds langer goede contacten met ondermeer de Belgische en Duitse grensregio, juist omdat wij ervaren dat dit voor de deelnemende bedrijven van absolute meerwaarde is.

In deze editie verneemt u meer over internationaal zakendoen en komen een aantal internationaal opererende bedrijven aan het woord. Doe er uw (grensoverschrijdend) voordeel mee!

Met ondernemende groet,

Niels Vanaken
Bestuurslid Stichting Brabant



Deze QR code verwijst u naar het digitale magazine Brabant Breed.

VOORWOORD



10 DE WAARHEID OVER DUURZAME ENERGIE

De energiesector investeert de komende jaren fors in duurzame technologieën. Daarnaast worden de huidige technologieën waarmee energie wordt opgewekt steeds schoner gemaakt. Het doel van al die investeringen is dat ook de generaties na ons verzekerd zijn van een schone leefomgeving. Toch zijn er ook grenzen aan hoe 'groen' het kan.



26 WAT BOEIT DAT BINDT

Als copywriter (schrijver van promotionele teksten) kreeg ik nogal eens te horen van een opdrachtgever: niet teveel tekst hè, want mensen lezen geen advertenties. Dat klopt, zei ik dan. Mensen lezen inderdaad geen advertenties. Mensen lezen wat ze interesseert. En soms is dat een advertentie.



44 Even de weg kwijt...

Zijn managers zich écht bewust van de toegevoegde waarde van een gemotiveerde medewerker na een reorganisatie? Kennen zij de concrete effecten van gedemotiveerde collega's? Weten leidinggevendenden hoe zij mensen aan boord kunnen houden tijdens én na een crisis? Aandacht! Dat maakt het verschil tussen winst en verlies.

LEGENDA



Er is een inhoudelijke tip bij het artikel toegevoegd.



U kunt online aanvullende documentatie downloaden.



Er is een LinkedIn profiel gekoppeld



Er is een film- of geluidsfragment gekoppeld.



Er is een website link toegevoegd aan het artikel



Er is een Twitter account gekoppeld.



Er kan online verder gediscussieerd worden over het artikel via de Brabant Onderneemt LinkedIn groep.

Coverstory	2
Pieter van den Berk: Internationaal bedrijf geworteld in Brabantse grond	
Voorwoord	4
Rubriek	6
Internationaal netwerken	
Rubriek	7
Loskomen van de fomp	
Reorganisatie	8
Nieuwe kansen door internationaal ondernemen	
Energie	10
De waarheid over duurzame energie	
Column	13
Ieder z'n vak	
Juridisch	14
Grensoverschrijdend ondernemen	
Pensioen	16
Pensioen Directeur-Groot-Aandeelhouder (DGA) in eigen beheer	
Rubriek	18
Crisis in de arbeidsmarkt? No way!	
Advertorial	19
Brabant Awards terugblik	
Internetmarketing	20
De worsteling om bovenaan te komen in Google	
Accountancy	22
BTW van 19% naar 21%	
Advertorial	24
Een internationaal product met brede regionale inbreng	
Communicatie	26
Wat boeit dan bindt	
Coaching	28
Dwing jezelf tot een glimlach	
Redactioneel	30
Brabant Onderneemt agenda	
Kennis	32
Overleven in een crisis	
Kennis	34
Snellere betaling ontvangen van uw klanten?	
Bancair	36
Internationaal bankieren	
Juridisch	38
Een goed begin is het halve werk?	
Advertorial	40
Stijl en sfeer in restaurant 'Vestdijk 47'	
Redactioneel	43
Brabants Beste Secretaresse	
Reorganisatie	44
Even de weg kwijt...	
Rubriek	46
Samen (net)werken	

INTERNATIONAAL NETWERKEN

Met ruim 160 miljoen profielen en 107 miljoen bezoeken per maand is LinkedIn internationaal het grootste zakelijk sociale platform. De basis is een grote CV-database met mogelijkheden van discussiegroepen rondom een thema en koppeling met andere sociale platformen. LinkedIn is niet meer weg te denken in de online profilering van professionals, ondernemers en bedrijven en is een veel gebruikt hulpmiddel voor werving en selectie. Dankzij de 3 miljoen Nederlandse gebruikers zijn we één van de actiefste online netwerkers en blinken we uit in het maken van LinkedIn groepen. LinkedIn heeft potentieel toegang tot 157 miljoen internationale contacten.

SOCIAL MEDIA

Kijk ik naar mijn eigen netwerk, dan komen 1008 van mijn 1040 connecties uit Nederland. Wat logisch is, aangezien mijn activiteiten en projecten zich in Nederland afspelen. Via deze contacten heb ik echter indirect toegang tot 52.000 internationale contacten. Bijna 20% van mijn tweedegraads contacten is dus grensoverschrijdend. Dat is de kracht van sociale netwerken. Niet alleen de eigen contacten zijn belangrijk, maar ook de contacten van contacten doen er toe.

LinkedIn begint met een persoonlijk profiel, dat kan worden uitgebreid met allerlei informatie en gegevens. Via de koppeling met Slideshare en Twitter is het profiel nog persoonlijker te maken. Ook Brabant Onderneemt heeft een bedrijfspagina aangemaakt. Hier kan informatie over de achtergrond van het bedrijf en producten en diensten onder de aandacht gebracht worden, ondersteund door beeldmateriaal en YouTube filmpjes. Een bedrijfsprofiel is te koppelen aan de persoonlijke pagina's van werknemers en bestuursleden.

Profielen zijn een goede manier om bedrijf en persoon te presenteren. Voor interactie is het mogelijk om een groep op te richten. In een groep kunnen discussies, vacatures en enquêtes geplaatst worden waar andere groepsleden op kunnen reageren. De 1429 leden van de Brabant Onderneemt groep kunnen u zo mogelijk verder helpen.

Tip: voordat een eigen groep gestart wordt, zoek eerst tussen de 25.000 Nederlandse groepen om te kijken of u beter kunt aansluiten bij een bestaande groep.

Naast de vele mogelijkheden om internationaal te netwerken wordt LinkedIn ook goed gevonden door Google. Zoek eens op persoon of bedrijfsnaam en vaak staat de LinkedIn pagina bij de eerste vijf pagina's. Kijk eens op de bijgevoegde links om een indruk te krijgen van de mogelijkheden van LinkedIn, of neem contact met mij op.

- Zie de presentatie op <http://slidesha.re/woidlinkedin> voor tips en tricks bij het inrichten van uw LinkedIn profiel.
- <http://linkd.in/brabantonderneemt> voor bedrijfsprofiel Brabant Onderneemt.
- <http://linkd.in/brabantonderneemt-groep>
- <http://linkd.in/bbenquete> voor enquête in Linkedingroep Brabant Onderneemt.



Detlef La Grand

Co-creator en innovator
Detlef@woid.nl

DetlefLg

www.linkedin.com/in/detteflagrand

"LOSKOMEN VAN DE FOMP"

Het heeft me een tijdje gekost om het geluid goed na te kunnen doen, "FOMP". Maar als het lukt dan klinkt hij heerlijk vol en hol achter in de keel. Neem in gedachten het beeld erbij van het oude buizenpostsysteem bij de kassa's van Peek & Cloppenburg en het plaatje is compleet. Altijd goed voor een lachende zaal en het is een krachtige metafoor die meestal lang blijft hangen. Het is leiderschap van de oude tijd. De baas woont op de hoogste verdieping en beheert de ingang van de buis. Daarin duwt hij al zijn beleid en schiet deze vervolgens naar beneden waar alle medewerkers met smacht zitten te wachten op hun werkopdrachten. Alhoewel deze techniek in veel bedrijven en organisaties nog steeds door de fossiele ego's in stand wordt gehouden, heeft het helaas niet meer het effect van vroeger. Er wordt niet meer zomaar opvolging gegeven aan alles wat 'van boven' komt. Een van de belangrijkste inzichten die ik in mijn boeken en lezingen tegen de bestuurders van Nederland aanhoud is;

Mensen willen en kunnen wel veranderen maar willen niet veranderd worden.

Men laat zich niet meer 'fompen'! Als de primaire drive van wenselijk gedrag niet 'insideout' is maar 'outside-in', krijg je tegenwoordig eerder de hakken in het zand dan dat mensen conformiteit laten zien. Vreselijk, zeker als je als leidinggevende niet anders gewend bent dan top-down 'fompen', of erger nog, wanneer je niets anders meer kan. Leiderschap en management zijn helaas twee verschillende zaken. Leiderschap gaat over WAT er WAAROM moet gebeuren, management gaat over HOE iets WANNEER af moet. Een snelle blik naar de agendavulling van alles wat zich leider noemt, leert ons dat meer dan 90% eigenlijk over management gaat. Taakgericht, doelgericht, kosten gefocust en gedrag georiënteerd. Zeker wanneer het leiderschap meerdere afdelingen, meerdere vestigingen, meerdere regio's, of erger nog, meerdere landen betreft. Het gilde der baasachtigen voelt zich dan nog sterker genoodzaakt om te grossieren in zo gedetailleerd mogelijke 'beleidsfomps'. Je zou toch eens de controle verliezen over de gang van zaken.

Helaas moet het in de nieuwe tijd juist andersom. De top moet slechts de contouren van diens business getraind krijgen. Het bestaansrecht van de organisatie in de harten en zielen van haar medewerkers tatoeëren. Daarna behoeft het enkel nog maar te kijken naar manieren waarop de lagen eronder het vervolgens implementeren. Hooguit hier en daar nog wat faciliteren, maar that's it. Dat heet empowerment; vertrouwen dat je mensen hun vak verstaan en de juiste dingen op de juiste manier zullen doen. Maar dat vergt wel een bak lef. De 'kapiteins' van deze wereld hebben eigenlijk maar twee dingen nodig; een kompas en... ballen. Onbevreesd en zonder 'fomp' je schip op koers brengen.

Remco Claassen



COLUMN



NIEUWE KANSSEN DOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

BV Nederland draait op export. Ondanks de eurocrisis, groeide de Nederlandse export in 2011 met 9% naar een uitvoerwaarde van 473 miljard euro. De voorspellingen zijn minder positief omdat in veel landen waar Nederland naar exporteert de vraag afneemt. Duitsland en Oost-Europa bieden nog groeimogelijkheden. De echte kansen liggen bij groeimarkten buiten Europa, zoals China, Brazilië, Rusland en India. Trias-directeur Mieke Verhaegh: "De Nederlandse overheid ondersteunt bedrijven om de positie te verstevigen op buitenlandse markten. Een scala aan instrumenten kan u helpen. Zowel voor financiering als ondersteuning. Zo kunnen ondernemers de investering in het buitenland realiseren en tegelijk risico's verzekeren."

De kern van het overheidsbeleid bestaat uit economische diplomatie en Holland Branding. Daarnaast wordt gewerkt aan het opheffen van handelsbelemmeringen en het vrijmaken van het handelsverkeer door de handelsakkoorden tussen de EU en VS en tussen de EU en Japan. Naast een aantal specifieke programma's helpt de overheid met de Exportkredietverzekering. Via deze verzekering worden garanties verstrekt die niet in de markt

heden en risico's voor uw onderneming in het buitenland. Resultaat is een concreet stappenplan waarmee u direct aan de slag kunt. SIB staat open voor alle landen en alle sectoren.

Internationale samenwerking

Met het nieuwe programma 'Partners for International Business' (PIB), wil de overheid economische diplomatie inzetten om internationaal ondernemen te promoten. Inzet is een partnerschap tussen de Nederlandse overheid en het bedrijfsleven. PIB is gericht op groepen van bedrijven, eventueel aangevuld met kennisinstellingen. Bedoeling is dat zij gezamenlijk een buitenlandse markt betreden. Er moet een inhoudelijke relatie zijn met de topsectoren. Het budget voor 2012 is € 6,5 miljoen.

Relatie met ontwikkelings-samenwerking

Een andere mogelijkheid voor een ondernemer is kijken of het Nederlandse ontwikkelingsbeleid kansen biedt voor internationaal ondernemen. Nederland heeft vier speerpunten: (a) veiligheid en rechtsorde (b) voedselzekerheid (c) water en (d) Seksuele en Reproductieve Gezondheid en Rechten. Het aantal partnerlanden is vastgesteld op 15. Met deze landen zijn meerjarige afspraken

gemaakt en budgetten vastgelegd. Er is vanaf 2012 € 55 miljoen gereserveerd voor de speerpunten voedselzekerheid en water.

De overheid wil het bedrijfsleven meer betrekken bij ontwikkelings-samenwerking. Een goed ondernemersklimaat in ontwikkelingslanden leidt tot economische groei waardoor armoede vermindert. Via bedrijfsgerichte regelingen kunnen in totaal 60 landen bereikt worden voor private sectorontwikkeling. Een voorbeeld is het programma Ontwikkelings Relevante Infrastructuur Ontwikkeling (ORIO). Binnen ORIO gaat het om publieke infrastructuur in ontwikkelingslanden. Het budget is € 180 miljoen per jaar.

Ook steunt de overheid bedrijven in de ontwikkelings landen zelf. Via het 'Programma Uitzending Managers' (PUM), worden MKB-bedrijven in ontwikkelingslanden gesteund door het overdragen van kennis en vaardigheden. Met de 'Matchmaking Facility' (MMF), worden bedrijven uit ontwikkelingslanden in contact gebracht met geschikte zakenpartners in Nederland.

Als je als bedrijf zover bent dat je zou willen investeren, dan zitten daar natuurlijk veel risico's aan verbonden.

! TIP

Internationaal ondernemen biedt nieuwe kansen voor uw bedrijf. Als antwoord op de toegenomen concurrentie op de binnenlandse markt, als een nieuwe impuls voor omzet.

te verkrijgen zijn. De overheid kijkt ook nog of het nodig is om een vangnet in te stellen voor de kortlopende commerciële kredietverzekering.

Waar begint u?

De regeling Starters International Business (SIB) helpt het MKB bij het opzetten van een internationaliseringsstrategie. Samen met een adviseur van de Kamer van Koophandel of van Syntens inventariseert u de mogelijk-



Bedrijven die risicodragend willen investeren in ontwikkelingslanden, kunnen een beroep doen op het Private Sector Ontwikkelingsprogramma (PSI). Maximale subsidiebijdrage is € 750.000. Een andere mogelijkheid voor een Nederlands bedrijf om risico's af te dekken is een beroep doen op een van de fondsen van het FMO.

Transitiefaciliteit

Als u zaken doet met Colombia, Vietnam of Zuid-Afrika, dan zijn er extra kansen. Nederland wil met deze drie landen de ontwikkelingsrelatie omvormen naar een economische relatie die wederzijds voordelen oplevert. In deze snel groeiende economieën zijn door de jaren netwerken opgebouwd en veel kennis en ervaring opgedaan. Vooral bedrijven uit de topsectoren komen in aanmerking voor de nieuwe Transitiefaciliteit.

Conclusie

Een heleboel mogelijkheden maar verwarrende richtlijnen. Welk land komt wel of niet in aanmerking voor welke regeling? Wat past bij uw bedrijf? TRIAS help u door het doolhof.

TIP

Het grote geld zit in de ontwikkelingskant. In dit artikel is alleen een deel van het Nederlandse stimuleringspakket belicht. Eye-opener misschien: andere Europese landen hebben vergelijkbare programma's, waar u wellicht gebruik van kunt maken. Op wereldschaal gaat er jaarlijks naar schatting een bedrag van 225 miljard dollar om in ontwikkelingsgerichte activiteiten. Laat uw kansen onderzoeken!



Ron Coenen

Projectmanager
ron@trias-subsidie.nl
nl.linkedin.com/in/roncoenen

Trias Subsidies
Alerbeemdweg 5
5928 PV Venlo
Tel: (077) 356 01 00
www.trias-subsidie.nl



DE WAARHEID OVER

DUURZAME ENERGIE...

ENERGIESECTOR INVESTEERT OPTIMAAL IN
BETROUWBARE EN DUURZAME OPLOSSINGEN

De energiesector investeert de komende jaren fors in duurzame technologieën. Daarnaast worden de huidige technologieën waarmee energie wordt opgewekt steeds schoner gemaakt. Het doel van al die investeringen is dat ook de generaties na ons verzekerd zijn van een schone leefomgeving. Toch zijn er ook grenzen aan hoe 'groen' het kan.

Illusie

Ondanks alle investeringen van bedrijven in het groener maken van energieopwekking, lijkt 100% groen de komende jaren een illusie. Tot 2020 groeit de Nederlandse vraag naar energie jaarlijks met 1 à 2 procent. Het streven naar 35% duurzame opwekking van energie in 2030 klinkt daardoor erg ambitieus. Wereldwijd gaat de vraag veel harder met snelle groeiers als China en India. Om aan de wereldwijde energiebehoefte tegemoet te komen, zijn er investeringen nodig in een zo breed mogelijke energiemix. Want met alleen wind, zon en biomassa kan de toenemende vraag niet worden opgevangen.

Brede energiemix

De brede energiemix bestaat uit zon, wind, waterkracht, biomassa en kernenergie, maar ook uit brandstoffen zoals kolen en aardgas. Deze mix moet duurzaam zijn, maar ook betaalbaar en leveringszekerheid bieden. Wereldwijd is E.ON één van de grootste duurzame investeerders die heel bewust investeert op plaatsen waar het ook gunstig is om die investering te doen. E.ON realiseert bijvoorbeeld grote windprojecten in

het Verenigd Koninkrijk en Zweden, omdat in deze landen het investeringsklimaat voor kapitaalintensieve projecten als deze het meest aantrekkelijk is. Waterkrachtcentrales heeft E.ON onder andere in Scandinavische landen. In Zuid-Europa wordt vooral geïnvesteerd in grote zonne-energieprojecten. In Nederland is E.ON al jaren actief als leverancier van warmte via stadsverwarming aan huishoudens zoals in Rotterdam en Leiden. Daarnaast richt E.ON haar pijlen de komende jaren op Nederlandse en Belgische biomassa.

Biomassa

Ondanks de flinke investering in windenergie, blijft het aandeel in de totale energieopbrengst relatief klein. In Nederland wordt ongeveer 90% van de groene stroom opgewekt met biomassa. Een hele duurzame vorm van energieproductie aangezien biobrandstoffen CO₂-neutraal zijn, dit in tegenstelling tot de verbranding van fossiele brandstoffen.

Drie wegen naar duurzaamheid

Om werkelijk duurzaam met energie om te gaan, is meer nodig dan alleen het inzetten van duurzame energiebronnen. Er moeten drie wegen

bewandeld worden. Naast de weg van duurzame energiebronnen, is de belangrijkste weg de energiebesparing door bedrijven en huishoudens.

Eén van de hulpmiddelen is het inzetten van een EnergieBesparings-Plan dat goed inzicht geeft hoe en waar u gunstig kunt omgaan met energiegebruik én waar bespaard kan

"Het doel van al die investeringen is dat ook de generaties na ons verzekerd zijn van een schone leefomgeving."

worden. Vervolgens is het de rol van de energieproducent om de energie zo duurzaam mogelijk op te wekken. Door alleen het inzetten van duurzame energie is een continue en betaalbare energielevering niet gegarandeerd. Daarom gebruikt E.ON, als derde weg, ook centrales die fossiele brandstoffen verbruiken. In deze centrales





worden moderne technieken toegepast die het rendement zo hoog mogelijk houden. Kernenergie lijkt een oplossing, maar dat is maar gedeeltelijk omdat de hoeveelheid uraniumerts eindig is.

Duurzame oplossingen voor uw branche

De energiemarkt is volop in beweging. Regelmatig is de branche in het nieuws over duurzame ontwikkelingen en subsidies. Maar waar vindt u meer informatie die van belang kan zijn voor uw bedrijf?

TIP

Vraag uw energieleverancier voor advies over besparingsmogelijkheden binnen uw bedrijf.

E.ON zet drie interessante websites voor u op een rij:

www.antwoordvoorbedrijven.nl

Op antwoord voor bedrijven vindt u een overzicht van overheids subsidies voor ondernemers. In één oogopslag

vindt u hier alle regels, vergunningen en belastingen waarmee u te maken krijgt als ondernemer én welke subsidies u kunt aanvragen. De informatie is afkomstig van het Rijk, provincies en de Europese Unie.

www.mkb servicedesk.nl

MKB Servicedesk stimuleert en ondersteunt ondernemerschap met praktische, relevante informatie en oplossingen op het moment dat u dit nodig heeft. Met een team van deskundige medewerkers en een netwerk van partners helpt de MKB Servicedesk ondernemers in het midden- en kleinbedrijf met het beantwoorden van hun ondernemersvraag.

www.energieportal.nl

Wilt u up-to-date nieuws over duurzame energie en klimaatbeleid? Of vindt u het interessant een discussie te volgen of er aan deel te nemen? Dan bent u aan het goede adres bij EnergiePortal.nl. Hier vindt u het laatste energienieuws en achtergrondinformatie via reviews, bedrijfsprofielen en landenpagina's.

TIP

Wilt u ook duurzaam ondernemen? U bent er een paar stappen van verwijderd:

- Kijk waar u energie kunt besparen, bijvoorbeeld door op tijd licht en computers uit te schakelen.
- Wek een gedeelte zelf op door bijvoorbeeld zonnepanelen.
- Het overige deel koopt u (groen) in bij een duurzame energieleverancier.

DISCUSSIE

Wat mij tegenhoudt om voor energie-efficiënte oplossingen te kiezen, is de investering die ik moet doen.

Discussieer mee via de linkedin groep van Brabant Ondernemt



Gerard van den Bogaart

Manager Marketing & CRM

gerard.van.den.bogaart@eon.com

www.linkedin.com/in/gerardvandenbogaart

E.ON Benelux

Dr. Holtropaan 2-28

5652 XR Eindhoven

Tel: (040) 257 76 00

www.eon.nl/zakelijk

e-on



EVENEMENTENSEIZOEN ALS BASIS VOOR ZAKELIJK SUCCES

HET EVENEMENTENSEIZOEN IN BRABANT IS INMIDDELS WEER LOSGEBARSTEN. TOT EN MET OKTOBER VALT ER ELK WEEKEND ONTZETTEND VEEL TE BELEVEN OP CULTUUR- EN FESTIVALGEBIED. OMROEP BRABANT PAKT DAAR DIT JAAR WEER GROOTS MEE UIT. ALS ONDERNEMER KUNT U PROFITEREN VAN DE INDRUK- WEKKENDE HOEVEELHEID BRABANDERS DIE EEN EVENEMENT LIVE VOLGEN OF TERUGKIJKEN VIA OMROEP BRABANT.

ADVERTEREN RONDOM EVENEMENTEN HEEFT TWEE BELANGRIJKE VOORDELEN: ER KIJKEN VEEL MENSEN EN MENSEN KIJKEN LANG EN AANDACHTIG. ALS U DEZE KANS WIL PAKKEN, KAN OMROEP BRABANT EEN PAKKET VOOR U SAMENSTELLEN WAARBIJ U NAAR KEUZE BIJ ALLE EVENEMENTEN OF BIJ EEN ZELFGEMAAKTE SELECTIE ADVERTEERT. MOGELIJKHEDEN GENOEG OM UW BOODSCHAP AAN EEN GROOT EN ENTHOUSIAST PUBLIEK TE TONEN.

INTERESSE?
NEEM DAN CONTACT OP MET ÉÉN
VAN ONZE ACCOUNTMANAGERS.

T 040 - 29 49 349
E RECLAME@OMROEPBRABANT.NL

IEDER Z'N VAK

OF IS ELKE CONSUMENT EEN SPECIALIST?

Als ondernemer weet u hoe belangrijk het is om uw product of dienst te specialiseren. Want hoe meer van hetzelfde u biedt, hoe minder vraag er naar uw product of dienst is en hoe meer de prijs onder druk komt te staan. Vandaar dat u zoekt naar USP's en dat u zich als specialist onmisbaar maakt. Dat waardeert u van uw garage, wanneer uw auto kapot is. Of van uw loodgieter, wanneer uw waterleiding is gesprongen. Of van uw tandarts, wanneer u kiespijn heeft. Maar waarom niet van de reclamemaker, wanneer u reclame wilt maken?

Het is frappant om te zien dat zelfs grote organisaties, als het om specialisme gaat in hun vakgebied, een specialist alle ruimte geven. Maar wanneer het gaat om een commercial, zélf de specialist denken te zijn. Natuurlijk kent u uw product of dienst en uw doelgroep het beste en heeft u, zeker in dit geval, een sterke mening over de uiting. Maar dat u commercials consumeert maakt van u nog geen specialist. Ook al weet u van de hoed en de rand van uw product of dienst én uw doelgroep, reclame maken is een vak. Net als uw vak. Maar ik begrijp het wel; de drang om zelf specialist te willen zijn wordt natuurlijk extra gevoed door het idee dat straks, wanneer de uiting wordt gepubliceerd, uw hele familie, vrienden, kennissen, collega's, vakgenoten en concurrenten ú gaan aanspreken. En als dat goed nieuws is (Joh, wat leuk, die uiting van jullie...) dan wil je van het idee natuurlijk de vader (of moeder) zijn.

Maar trotse vaders en moeders van briljante reclame-ideeën zijn 99 van de 100 keer specialisten. Mensen die hún vak verstaan en exact in de huid van uw doelgroep kunnen kruipen en, niet gehinderd door overbodige kennis, exact weten wanneer, wat en hoe hen iets

aanspreekt, wat resulteert in de gestelde doelstellingen. Een commercial lijkt relatief eenvoudig (wat een leuk verhaaltje), maar als je ziet aan welke voorwaarde het moet voldoen, blijkt het al snel een onmogelijke opgave en hogere wiskunde. Laatst hebben wij eens de proef op de som genomen en een opdrachtgever laten deelnemen in een brainstorm. Met hangende pootjes haakte hij snel af. Gelukkig met de mededeling héél veel meer respect voor ons en ons werk te hebben...

En wat betreft de reacties: 9 van de 10 keer wordt dat enorm overschat en lijkt het mij juist een verademing er zo min mogelijk van te weten. Én te kunnen zeggen; daar hebben wij specialisten voor, zoals wij dat ook zijn... en prompt kunt u hier uw verkoopkwaliteiten weer inzetten en úw specialiteiten benoemen. Want ja, natuurlijk heeft u als consument zo uw voorkeuren en weet u welke commercial, webvideo, videoclip, televisieprogramma, film, musical of theatervoorstelling u leuk, mooi of goed vindt, maar dat maakt u nog geen specialist. Ieder z'n vak. Kunnen we dat afspreken?



Jeroen Veldkamp is directeur/eigenaar van Veldkamp Producties BV en produceert al meer dan 15 jaar uiteenlopende commercials, televisie-, film- en videoproducties voor bedrijven, instellingen, overheid en omroepen. Daarnaast wordt hij regelmatig als communicatie- en marketingspecialist gevraagd voor adviezen en lezingen. In Brabant Breed deelt hij met u wat hem bezig houdt in de media. Mét tips en trics...



Jeroen Veldkamp

Directeur

jeroen@veldkampproducties.com

[Jeroen_Veldkamp](https://www.linkedin.com/in/veldkampjeroen)

www.linkedin.com/in/veldkampjeroen

www.veldkampproducties.com



GRENSOVERSCHRIJDEND ONDERNEMEN

DE (ON)MOGELIJKHEDEN VAN E-COMMERCE

In de steeds digitaler wordende samenleving is de webshop inmiddels niet meer weg te denken. Aankopen doen via een webshop levert de consument het gemak op dat hij niet de deur uit hoeft en mogelijk online nog goedkoper uit is. Het komt niet zelden voor dat consumenten in fysieke winkels informatie inwinnen om vervolgens tot online aankopen over te gaan. Het welbekende 'free rider' probleem. De vraag naar de (on)mogelijkheden van internetverkoop is de laatste tijd een hot item in (onder andere) distributie en franchiserelaties. Wat mag nu wel en wat niet?

Verbod op internetverkoop toegestaan?

Een uit de praktijk gegrepen voorbeeld: Een cosmeticaproductent verkoopt middels de door haar geselecteerde distributeurs op de Europese markt diverse (merk) producten. In de overeenkomsten met haar distributeurs heeft zij een verbod op internetverkoop opgenomen. De producten mochten volgens het contract slechts verkocht worden in aanwezigheid van een gediplomeerde apotheker. De vraag die voorligt is of hier sprake is van een beperking van de mededinging en, zo ja, of deze op enigerlei wijze toch toelaatbaar is.

In oktober 2011 heeft het Europese Hof van Justitie in deze zaak (Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS)

geoordeeld dat sprake is van een afspraak die de strekking heeft de mededinging te beperken en daarmee in beginsel onder het kartelverbod valt. De producent stelde zich op het standpunt dat het noodzakelijk was om 'op de persoon toegesneden advies' te kunnen geven teneinde deze persoon te beschermen tegen onjuist gebruik. Tevens diende, volgens de producent, het prestigieuze imago van de betrokken producten in stand te worden gehouden. Deze argumenten leverden echter volgens het Hof geen objectieve rechtvaardiging op voor een verbod op internetverkoop.

Voor de praktijk betreft dit, zowel in distributie als in franchiserelaties, een zeer belangrijke uitspraak. Voor een goed begrip van een en ander, dient

eerst het onderscheid tussen actieve en passieve verkoop uiteen gezet te worden.

Onder actieve verkoop wordt verstaan: het actief en op eigen initiatief benaderen van individuele klanten in het eigen exclusieve gebied of in het exclusieve gebied van een andere distributeur/franchisenemer. Onder passieve verkoop wordt op haar beurt de situatie verstaan dat de klant de

! TIP

Besteed in de overeenkomst zelf aandacht aan het onderwerp e-commerce en maak afspraken over bijvoorbeeld de inhoud en vormgeving van de website.



distributeur/franchisenemer zelf benadert, bijvoorbeeld naar aanleiding van algemene reclame-uitingen via een website. In het laatste geval gaat het om reclame die niet gericht is op specifieke individuele klanten.

TIP

Maak een rechtskeuze in geval partijen uit verschillende lidstaten zaken met elkaar doen.

Het is zowel een franchisenemer, als een distributeur toegestaan om buiten zijn exclusieve gebied aan passieve verkoop te doen. Het is mededingingsrechtelijk in beginsel niet toegestaan om dit recht (in een overeenkomst) aan banden te leggen. Passieve internetverkoop, zoals het aanbieden van producten via een webshop, mag in beginsel niet worden beperkt. In het verlengde hiervan mag aan een franchisenemer/distributeur niet de verplichting worden opgelegd dat het aantal internetverkopen tot een maximum wordt beperkt. Evenmin is het toegestaan dat aan de distributeur/franchisenemer een hogere (inkoopprijs) in rekening wordt gebracht voor producten die (uiteindelijk) online zullen worden verkocht. Wel mag de eis gesteld worden dat tenminste één fysiek verkooppunt bestaat.

Het gericht sturen van reclame via het web naar specifieke klanten buiten een exclusief gebied wordt daarentegen wel gezien als actieve verkoop. Actieve verkoop via internet mag wel beperkt worden. Zo mag het bijvoorbeeld verboden worden dat actieve verkoopactiviteiten worden ontplooid binnen een gebied dat exclusief is toegewezen aan een andere distributeur/franchisenemer.

Een totaal verbod op (passieve) internetverkoop is aldus niet toegestaan. Wel is het mogelijk dat regels worden gesteld ter zake de kwaliteit en uitstraling van de website. Met name bij franchise geldt immers dat er een formule in het spel is, waarbij een uniforme uitstraling van groot belang is. Opgemerkt zij hierbij dat het dan wel dient te gaan om redelijke eisen. Het dient immers niet zo te zijn dat als gevolg van deze eisen (het inrichten van) een webshop totaal onmogelijk wordt gemaakt.

Het goed regelen van de (rand) voorwaarden is uiteindelijk in het belang van beide partijen. Een bepaling die in strijd is met het mededingingsrecht is bovendien van rechtswege nietig. Een contractspartij kan zich in voorkomend geval beroepen op deze nietigheid, om zo onder verplichtingen uit te komen.

Internetverkoop door de franchisegever

Iets anders is, in hoeverre het de franchisegever is toegestaan om zelf internetverkopen te plegen. Indien er sprake is van (absolute) rayon-exclusiviteit die is toegekend aan franchisenemers, is de franchisegever daar niet zonder meer toe gerechtigd. In een dergelijk geval zou namelijk betoogd kunnen worden dat de franchisegever in concurrentie treedt met zijn franchisenemer(s). Dit is als vanzelfsprekend in strijd met de zorgplicht die op een franchisegever rust. Overigens kan een franchisegever zich dit recht wel in de overeenkomst voorbehouden. Voorts zouden franchisegever en franchisenemer afspraken kunnen

TIP

Wil je meer weten over de rechten en verplichtingen aangaande franchisere-laties? Neem voor advies vrijblijvend contact op met Poelmann van de Broek advocaten.

maken over de verkopen die plaatsvinden via de webshop van de franchisegever teneinde de franchisenemers tegemoet te komen. Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan een vergoeding voor de franchisenemer voor bestellingen die afkomstig zijn uit het (exclusieve) rayon van de franchisenemer. Dit kan makkelijk vastgesteld worden aan de hand van de postcode. Op deze wijze profiteren beide partijen van de internetverkopen.

Toepasselijk recht

Last but not least; indien partijen uit verschillende lidstaten zaken met elkaar gaan doen, verdient het aanbeveling dat tevens afspraken worden gemaakt omtrent het toepasselijke recht en de bevoegde rechter. Dit voorkomt dat achteraf, aan de hand van wetten en verdragen vastgesteld dient te worden welk recht op de overeenkomst van toepassing is. Dit brengt onzekerheid voor beide partijen met zich ten aanzien van hun rechtspositie. Dat dit ongewenst is, behoeft geen nadere uitleg.

DISCUSSIE

Hoe kijkt u als ondernemer aan tegen het gebruik van e-commerce en op welke wijze geeft u hieraan invulling?

Discussieer mee via de linkedin groep van Brabant Ondernemt



Linda Relouw

Advocaat

lrelouw@poelmannvandenbroek.nl

www.linkedin.com/in/lindarelouw

Poelmann van den Broek
St Canisuisssingel 19F
6511 TE Nijmegen
Tel: (024) 381 08 10
www.poelmannvandenbroek.nl



PENSIOEN DIRECTEUR-GROOT-AANDEELHOUDER (DGA) IN EIGEN BEHEER

EEN "ECHT" PENSIOEN OF SLECHTS EEN PAPIEREN RESERVE?

Veel DGA's hebben in het verleden gekozen om pensioen in eigen beheer op te bouwen. De extreem lage marktrente en de toegenomen levensverwachting zorgen ervoor dat veel DGA's op pensioendatum over onvoldoende middelen beschikken om het toegezegde pensioen te kunnen uitkeren.

Het pensioen van een DGA mag in eigen beheer worden uitgevoerd. Op de balans doteert de DGA jaarlijks een bepaald bedrag voor de pensioenvoorziening. Het voordeel van deze constructie is dat deze vorm van pensioenopbouw voor een liquiditeitsverruiming zorgt. Immers, er wordt geen premie afgedragen aan een verzekeraar. Daarnaast kan de pensioendotatie ten laste van de vennootschapsbelasting worden gebracht.

Pensioen in Eigen Beheer brengt echter bepaalde risico's met zich mee. Er wordt immers alleen een papieren reserve opgebouwd i.p.v. een "echt pensioen". Echter, op pensioendatum aangekomen, zal de DGA een pensioenuitkering wensen en de belastingdienst zijn belastingclaim op de uitkering willen verzilveren. De DGA en zijn accountant moeten daarom tijdig aan de slag met de feitelijke opbouw van de reserve om teleurstellingen achteraf te voorkomen.

Waarde van uw onderneming

Vaak wordt gesteld dat de waarde van de onderneming op pensioendatum als pensioendekking voor de Eigen Beheer reserve kan worden ingezet.

In 9 van de 10 gevallen blijkt de waarde van de onderneming echter ruim onvoldoende te zijn om het pensioen daadwerkelijk te kunnen aankopen. Potverteren lijkt dan de enige optie, tot het moment dat de "pot" op is.

"Gedeeltelijk afzien van pensioen is geen optie. De belastingdienst ziet immers zijn toekomstige claim in rook opgaan en zal de DGA bestoken met fiscale sancties en boetes."

Gedeeltelijk afzien van pensioen is geen optie. De belastingdienst ziet immers zijn toekomstige claim in rook opgaan en zal de DGA bestoken met fiscale sancties en boetes. Reden temeer voor de DGA om een plan van aanpak te maken, zodat de benodigde reserve op pensioendatum aanwezig is.

Verschil fiscale reserve en commerciële reserve

Als de DGA op pensioendatum vervolgens de Eigen Beheer reserve tot zijn beschikking heeft, ontstaat een ander probleem. De waardering van het pensioen is gebaseerd op een

aantal vaste in de wet bepaalde uitgangspunten.

Deze fiscale waardering mag geen rekening houden met:

- toekomstige sterftekosten
- indexatie van uw pensioenuitkering
- de werkelijke rentestand

Het gevolg hiervan is dat deze fiscale reserve op pensioendatum niet toereikend is om het toegezegde pensioen uit te kunnen keren. Immers, een verzekeraar zal uitgaan van de actuele marktrente en actuele sterftekosten en indexaties van het pensioen. De benodigde koopsom zal daardoor aanzienlijk hoger zijn dan de opgebouwde fiscale reserve.

Om te bepalen wat u daadwerkelijk nodig heeft zal jaarlijks de commerciële reserve moeten worden bepaald. Deze daadwerkelijk benodigde reserve is aanzienlijk groter dan de fiscale reserve. Dat betekent dat u eigenlijk meer moet reserveren dan fiscaal is toegestaan.

Voorbeeld

DGA Y, ongehuwd, 40 jaar. Hij heeft zichzelf een pensioen toegezegd gebaseerd op zijn laatste salaris (€ 50.000,00). In totaliteit kan de heer Y een levenslang ouderdomspensioen opbouwen van € 18.612,00. Op basis van de toegestane rekenregels bedraagt de fiscale verplichting € 216.492.



TIP

De waarde van de onderneming is in 9 van de 10 gevallen onvoldoende om het pensioen te kunnen uitkeren.



Stap 1: Het toepassen van een actuele sterftetafel

Door het toepassen van een actuele sterftetafel wordt beter aangesloten bij de toekomstige stijgende levensverwachting. Daardoor stijgt het benodigd kapitaal tot € 293.110.

Stap 2: Het aanpassen van de marktrente naar 2,5%

Doordat de marktrente voor opbouw van pensioen veel lager ligt dan de huidige verplicht gestelde rente van 4%, wordt de feitelijk benodigde waarde hoger. De waarde van het benodigd kapitaal van de DGA in dit voorbeeld stijgt daardoor naar € 347.832.

Stap 3: Een 2%-indexatie ter dekking van waarde vaste/welvaarstvastepensioenen

het benodigd kapitaal wordt verder verhoogd wanneer er wordt gerekend met een 2% indexatie van de toegezegde pensioenen na ingang. het benodigd kapitaal stijgt daardoor tot € 445.692.

TIP

Zorg dat u tijdig start met de feitelijke opbouw van uw pensioenvoorziening.

De fiscale reserve die ten laste van de vennootschapsbelasting kan worden gebracht, bedraagt € 216.492. De daadwerkelijk benodigde (commerciële) reserve bedraagt € 445.692. In totaliteit dus een stijging van 106% (!).

Het is daarom raadzaam om ook de commerciële reserve jaarlijks te blijven peilen zodat de pensioendoelstelling ook daadwerkelijk gerealiseerd kan worden. Indien de DGA op pensioendatum vanwege eerdere dividenduitkeringen niet de gehele commerciële reserve tot zijn beschikking heeft, dan zal de belastingdienst dit sanctioneren.

Conclusie

Pensioenopbouw in eigen beheer brengt risico's met zich mee. Veel DGA's blijken op pensioendatum over

onvoldoende middelen te beschikken. Start daarom tijdig met de feitelijke vorming van de pensioenreserve en houdt daarbij ook de commerciële verplichting in de gaten. Een teleurstellend pensioenresultaat, alsmede fiscale claims liggen op de loer. De pensioenadviseur van de DGA kan in samenwerking met de accountant uitkomst bieden.



DISCUSSIE

Pensioenopbouw in Eigen Beheer is vanwege de huidige marktomstandigheden niet meer verantwoord.

Discussieer mee via de LinkedIn groep van Brabant Ondernemt



Bart van de Wouw
Pensioenconsultant
bwouw@psipensioenbeheer.nl

PSI_Pensioen
www.linkedin.com/in/bartvandewouw

PSI Pensioenbeheer
Hart van Brabantlaan 12
5038 JL Tilburg
Tel: (088) 736 74 63
www.psipensioenbeheer.nl





TOP JOBS

Coördinator Kwaliteit

De Zorgboog is een zorgorganisatie in Zuidoost-Brabant, regio Helmond, voor alle generaties. Bij de Zorgboog werken ongeveer 2.500 medewerkers en ruim 1.000 vrijwilligers die zich dagelijks met veel enthousiasme in zetten voor duizenden cliënten, patiënten en bewoners.

Onderhoudsmonteur / Monteur Technische Dienst WtB

De Wit BV is uniek als zelfstandig producent van lichte bevestigingsmaterialen, met het accent op gehard stalen nagels. Het bedrijf produceert en ontwikkelt op de hoofdvestiging in Helmond en heeft eigen verkoopkantoren in Duitsland en Frankrijk.

Software Architect

WPS Parking Systems is gespecialiseerd in hoogtechnologische oplossingen voor parkeersystemen. WPS is een internationaal bedrijf met het hoofdkantoor in Eindhoven en maakt deel uit van het beursgenoteerde Imtech.

Procescontroller

Totality Banking in Den Bosch is één van de grootste toeleveranciers van Interim Professionals binnen de bancaire sector. De onderneming kenmerkt zich door het leveren van hoge kwaliteit persoonlijke aandacht en groeimogelijkheden.

Senior Manufacturing Engineer

Klik werving & Selectie is voor één van haar opdrachtgevers, een internationale onderneming met ruim 3.000 medewerkers en sterk in de voedselverwerkende industrie, in Zuid Oost Brabant op zoek naar een Senior Manufacturing Engineer.

Kijk voor meer informatie op:

- brabantbreed.nl/vacatures
- carriereinbrabant.nl

CRISIS OP DE ARBEIDSMARKT? NO WAY!

Crisis: iedereen heeft het erover. Je hoeft de TV maar aan te zetten of het gaat over crisis.

Als je de krant openslaat, gaat het over crisis. Zelfs op internet en social media is crisis een trending topic. De arbeidsmarkt wordt dan stevast genoemd in de commentaren: "Werkloosheid stijgt, daardoor daalt consumentenvertrouwen." "50-plus-sers komen niet meer aan het werk." "Krijg je al een baan, dan is het op basis van flexibel contract." "Jeugdwerkloosheid stijgt", en zo kunnen we nog wel even doorgaan.

Wij van Carrière in Brabant zien dat anders. De arbeidsmarkt verkeert volgens ons helemaal niet in een crisis, maar bereidt zich voor op de volgende fase in haar ontwikkeling.

Even een aantal cijfers: de werkloosheid in maart 2012 bedraagt 5,9% tegenover 6,0% in maart 2006. De werkloosheid is in de laatste 6 maanden

slechts met 0,1% toegenomen. Daarbij ziet het CBS dat er in de jaren 2012 tot 2016 meer mensen met pensioen gaan dan dat er schoolverlaters bijkomen.

Volgens het CPB, OESO e.a. zal onze economie vanaf 2013 weer licht groeien. Hervormingen zullen de arbeidsmarkt duidelijk meer flexibiliteit gaan geven. Vaste contracten zijn een uitstervend fenomeen. Al met al ontwikkelingen waaruit volgens ons de conclusie gerechtvaardigd is dat de arbeidsmarkt op korte termijn een nieuwe fase in haar bestaan tegemoet zal treden.



Nico Hoenen

Directie
n.hoenen@carriereinbrabant.nl
[carrierebrabant](https://www.linkedin.com/company/carrierebrabant)
[nl.linkedin.com/pub/nico-hoenen/2/b91/34b](https://www.linkedin.com/pub/nico-hoenen/2/b91/34b)

Carrière in Brabant
 Postbus 42
 6040 AA Roermond
 Tel: (047) 533 84 40
www.carriereinbrabant.nl

CARRIÈRE IN BRABANT





TERUGBLIK CAMPAGNE **BRABANT AWARDS 2012**

De Brabant Awards is een initiatief van Merk Brabant in samenwerking met Stichting Brabant Onderneemt. Het doel is het versterken van het imago van Brabant als aantrekkelijke regio voor bedrijven, toeristen, (potentiële) werknemers en studenten. Bij de Brabant Awards gaat het om de spannende zoektocht naar de Brabantste Brabander, de Brabantste Student en het Brabantste Bedrijf.

Het ging daarbij niet om bekendheid of groot succes, maar om de 'Brabant factor'. Mensen of bedrijven bij wie succes en sfeer hand in hand gaan. Door de slimme oplossingen

die ze bedenken, het lef waarmee ze ondernemen en de samenwerking die ze opzoeken. Terwijl ze ondertussen Bourgondisch, gastvrij en gemoedelijk blijven.

De spanning liep hoog op in het Muziekgebouw Frits Philips in Eindhoven. Na een felle strijd kwamen Brabander Marc Meeuwis, het bedrijf Prowise en student Salat Nur als winnaar uit de bus.

Tilburger Marc Meeuwis verzamelde in de categorie Brabantse Brabander, de meeste stemmen van het publiek tijdens de stemfase, die liep tot en met 23 mei. Meeuwis wordt geroemd

vanwege zijn 'hoge gunfactor' en de creatieve en gezellige manier waarop hij zaken doet.

Maar ook bedrijf Prowise en student Salat Nur mogen zich een jaar lang winnaars noemen van de felbegeerde Brabant Awards! Prowise, gespecialiseerd in interactieve en digitale schoolborden, was genomineerd omdat het een bedrijf is dat 'echt luistert naar zijn klanten'. Salat Nur, die enkele jaren geleden naar Nederland vluchtte, vanwege zijn positieve en sociale levenshouding en mentaliteit.

De finalisten en alle genomineerden zijn terug te vinden op: www.brabantawards.nl

PARTNERS

Provincie Noord-Brabant



Muziekgebouw
Eindhoven.nl

MAGNEDS.

ED EINDHOVEN'S DAGBLAD

BN DeStem

outpost

Brabant
Onderneemt

cm.
corporate mobile messaging

EMTÉ

Bavaria

BRABANTS DAGBLAD

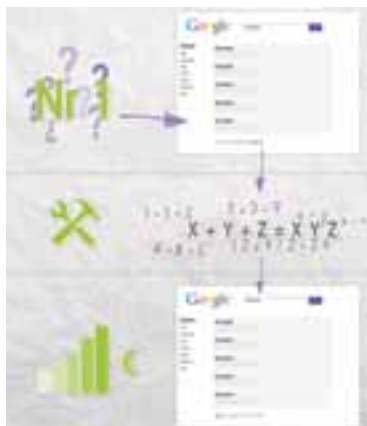
VELDKAMP
PROBATION

HET ALGORITME NADER VERKLAARD

DE WORSTELING OM BOVENAAN TE KOMEN IN GOOGLE

Duizenden zoekmachinespecialisten zijn per dag bezig om bedrijven zo goed mogelijk te laten presteren. Toch is het voor bedrijven tamelijk eenvoudig om bovenaan te komen. Lees verder om meer te weten te komen hoe dit algoritme werkt en over de valkuilen waarmee je de ranking in gevaar brengt. Verder aandacht voor gratis tools die van toepassing zijn om je website goed te optimaliseren (SEO).

Zoekmachinespecialist: een vak in een snel veranderende omgeving. Het goed bijhouden van de vele veranderingen en het vergaren van nieuwe kennis is haast een dagtaak op zich. Hoewel het algoritme van Google super geheim is, worden eigen bevindingen door specialisten genoegzaam gedeeld. Al lang is bekend dat zoekwoorden erg belangrijk zijn in de teksten van je website. Ook het enorme gebruik van Social Media zoals Facebook en LinkedIn zijn van invloed op de ranking. Zoekmachinespecialist is dan ook een dynamisch vak waarbij het optimaliseren (SEO) steeds vaker verbonden raakt met Social Media.



Valkuilen

Google zet bij al haar veranderingen de zoeker centraal. Inhoudelijk goede sites hebben onder deze veranderingen weinig te vrezen. Ze maken grotere kans te klimmen in de ranking. Gemanipuleerde websites daarentegen, waarbij een zoekwoord bovenmatig veel gebruikt wordt, zullen waarschijnlijk hiervoor gestraft gaan worden. Pas er dus voor op je eigen product of dienst onnatuurlijk vaak te gaan noemen. Vuistregel hierin is dat je je dienst zeker niet meer dan 6% kan laten terugkomen in de tekst van je website. Daarna wordt het een manipulatie.

Er zijn ook bedrijven die overmatig vaak plaatsnamen noemen in hun tekst. Dit in de hoop bovenaan te komen met een zoekwoordcombinatie product/dienst/plaatsnamen. Ook dit is een manipulatie. Dit komt sowieso de leesbaarheid niet ten goede, en wat mij betreft ook niet de geloofwaardigheid van het bedrijf. Men probeert slim te zijn, maar om zo in het volle aanzicht de manipulatie toe te passen is wel erg doorzichtig.

Twitter

Google gaat ook steeds meer belang hechten aan de persoonlijke waardering voor sites. Als een website met regelmaat voorkomt in de sociale media, dan telt dat extra mee. Wat Twitter betreft zijn o.a. de volgende criteria bekend:

- Worden je tweets vaak getweet?
- Actualiteit van tweets en hoeveel tijd zit er tussen de tweets?
- Hoeveel hashtags gebruik je? Let op: meer dan 3 wordt gezien als spam.

! TIP

je kan een gratis quickscan aanvragen op www.dommelweb.nl. Je krijgt dan een sterkte/ zwakte analyse van je site en handvaten om goed internet-marketing te bedrijven.

Gereedschappen op het web

Twee goede tools waarmee je kan bepalen hoe vaak mensen Googlen op woordjes en hoeveel traffic (extra klikken) naar de site te halen zijn:



■ **De verkeersschatter:** Laat zien hoeveel gegoogled wordt op een woordje en welke extra klikken je kan binnenhalen met Adwords. (Tik in Google: verkeersschatter). Tevens krijg je een goed beeld van het speelveld en de populariteit van je dienst of product.

Dit wordt gezien als de kop van een krantenartikel. De kop moet natuurlijk wel de lading dekken. Toch, wanneer we op internet zoeken op 'home', krijgen we ruim 25 miljoen resultaten. Een 25 miljoen sites dus, waar onvoldoende is stilgestaan bij de werking van Google. Google hecht ook belang

deze mogelijkheid volkomen onbenut laten. Echter, dit is de enige mogelijkheid die u handmatig kunt bewerken en die zichtbaar wordt bij de zoekresultaten. Zorg hierbij voor een zuivere omschrijving van uw bedrijf en een call-to-action die mensen aanspoort door te klikken.

"Probeer daarnaast zoveel mogelijk Amerikaanse stockfoto's te vermijden en authentiek te zijn."

■ **Insights for search:** Hiermee kun je in één oogopslag zien welke woordjes het meest gebruikt worden. Je kan ze een strijd met elkaar laten aangaan en zo keuzes maken t.a.v. de inhoud van de teksten. (Tik in Google: insights for search). Als je bovenstaand mini-onderzoek hebt gedaan, kun je de broncode en teksten hierop aanpassen.

Een grote miskleun: home in title
Google hecht groot belang aan de titel van een pagina.

aan de teksten van de intern een externe links. De linktekst 'klik hier' heeft voor Google geen extra waarde. De tekst 'specialist zoek machine marketing' is veelzeggender.

200 deelalgoritmes waarvan er ca. 150 bekend zijn

Een belangrijk onderdeel van het algoritme zijn de 'title' en de 'description'. De laatste doet niets met de ranking, maar laat wel zien wie jij bent in de zoekresultaten. Niet zelden zien we dat webbouwers

Webdesign: een ondergeschoven kindje

Belandt de zoeker na bovenstaande inspanningen eindelijk op uw website, zorg er dan voor dat hij op een goede manier contact met u kan opnemen. Dat kan door informatie gratis te delen en een goede call-to-action in te bouwen. Probeer daarnaast zoveel mogelijk Amerikaanse stockfoto's te vermijden en authentiek te zijn.

Bezoek in juni één van de workshops over Social Media en Internetmarketing in Tilburg. Data en locatie vind je op www.dommelweb.nl.

Bronnen: Wikipedia | Intern onderzoek | SEOlab | Search Engine Land | ImreBernáth (04-12-2010)



Jos Oerlemans

Internetmarketeer
info@dommelweb.nl

www.linkedin.com/in/dommelweb
www.dommelweb.nl

Dommelweb
St. Jorisstraat 125
5211 HA Den Bosch
Tel: (073) 610 12 13
www.dommelweb.nl



BTW VAN 19% NAAR 21%

WAT ZIJN DE GEVOLGEN?

Het kan u niet zijn ontgaan. Als onderdeel van het zogenaamde 'Lenteakkoord' zal het algemene btw-tarief met ingang van 1 oktober 2012 worden verhoogd van 19% naar 21%. De wijziging moet nog worden goedgekeurd door de Eerste en Tweede Kamer, maar een verhoging lijkt onafwendbaar. De eventuele gevolgen van de btw-verhoging worden in dit artikel besproken.

Praktische gevolgen

Allereerst zullen ondernemers met ingang van 1 oktober 2012 het nieuwe btw-percentage moeten verwerken in de kassa- en of facturatiesystemen. Voor prestaties die voor 1 oktober worden verricht en pas na 1 oktober worden gefactureerd en vice versa bestaat nog geen duidelijkheid op dit moment.

Voor de consument is het natuurlijk gunstig om de factuur tegen het lage tarief te ontvangen, terwijl de daadwerkelijke prestatie pas na 1 oktober plaatsvindt. Dit bespaart immers 2% btw. Het is echter waarschijnlijk dat in de komende maanden een overgangsregeling wordt ingevoerd die het 2% voordeel bij vooruitfacturen ongedaan maakt. Gebaseerd op de oude overgangsregeling die gold bij de vorige btw-verhoging in 2001, waarbij het tarief steeg van 17,5% naar 19%, zou de nieuwe overgangsregeling er als volgt uit kunnen zien:

- Is de prestatie verricht vóór 1 oktober dan geldt het tarief van 19%. Ook als na 1 oktober wordt gefactureerd;
- Is de prestatie verricht na 1 oktober dan geldt het tarief van 21%. Ook als vóór 1 oktober met 19% is

gefactureerd. In dat geval komt het verschil vermoedelijk voor rekening van de ondernemer, die de 2% via de btw-aangifte aan de Belastingdienst moet afdragen.

Kortom, als een soortgelijke overgangsregeling wordt ingevoerd, dan zal het moment van de prestatie meer dan voorheen van belang zijn voor de bepaling van het tarief. Onderscheid moet worden gemaakt tussen levering van goederen enerzijds en het verrichten van diensten anderzijds.

Leveringen van goederen

Bij de levering van goederen is de stelregel dat de prestatie is verricht zodra de verkoper de macht heeft overgedragen om als eigenaar over een goed te beschikken. Dit is het moment waarop de goederen ter beschikking worden gesteld en de risico's voor waardeverandering en tenietgaan overgaan op de koper. Ingeval van huurkoop geldt het moment van afgifte van de goederen en bij levering en montage het moment dat de aanbrengwerkzaamheden zijn voltooid.

Diensten

Diensten zijn verricht op het moment dat de dienst is voltooid. Denk hierbij aan prestaties van dienstverleners zoals adviseurs, consultants, architecten enzovoorts.

TIP

Factureren tegen 19%? Zorg dat de prestatie vóór 1 oktober plaatsvindt.

Nieuwbouw

De btw-verhoging raakt iedere consument, maar in het bijzonder de kopers van nieuwbouwwoningen waarbij de woning na 1 oktober 2012 wordt opgeleverd. De aankoop van de woning is overeengekomen in de veronderstelling dat 19% btw is verschuldigd, echter door de btw-verhoging wordt de prijs van de woning hoger. De verkoper kan en mag deze extra btw immers afwentelen op de koper. Verschillende branchegroepen hebben al verzocht om een specifieke overgangsregeling voor reeds gesloten contracten. Op dit moment is nog niet bekend of er een regeling komt en hoe deze uitwerkt.





Nieuwbouwprojecten worden over het algemeen in termijnen betaald. Het is waarschijnlijk dat hiervoor wordt bepaald dat de termijnen die voor 1 oktober vervallen, onderworpen zijn aan 19% btw en voor de termijnen na 1 oktober tegen 21%, ook al vindt de totale oplevering van het vastgoed-object pas na 1 oktober plaats.

Overige goederen

Bij sommige goederen, zoals auto's of meubels, gelden soms lange levertijden. Ook hierbij kan het nadelig uitpakken. Op een auto die weliswaar voor 1 oktober is besteld, maar na 1 oktober wordt geleverd en op kenteken wordt gezet, zal vermoedelijk het nieuwe hoge btw-tarief gelden. Eerdere facturatie of betaling zal dit waarschijnlijk niet veranderen.

Btw-verlaging

Naast de aangekondigde verhoging is ook een btw-verlaging bekend gemaakt. De in 2011 met veel ophef

"Binnen de EU varieert het algemene tarief van 15% in Luxemburg tot 27% in Hongarije."

doorgevoerde btw-verhoging van 6% naar 19% voor podiumkunsten (denk aan concerten en theaterbezoek), wordt weer verlaagd naar 6%. In 2011 werd eveneens de btw voor kunstvoorwerpen verhoogd naar 19%. Hiervoor ligt geen verlaging in het verschiet. De verkoop van zonnepanelen kan vermoedelijk ook rekenen op een btw-verlaging naar 6%.

Internationaal

Mocht de verhoging naar 21% doorgaan dan komt Nederland qua tarief op gelijk niveau met bijvoorbeeld België en Italië. Duitsland blijft vooralsnog 19% hanteren. Binnen de

EU varieert het algemene tarief van 15% in Luxemburg tot 27% in Hongarije. Na de verhoging zakt Nederland op de ranglijst van laagste btw-tarieven van de 27 EU-lidstaten van de vijfde naar circa vijftiende positie.

Op het moment van schrijven van dit artikel (begin mei 2012) is nog maar weinig duidelijk over de maatregelen uit het 'Lenteakkoord'. Het is zelfs de vraag of de maatregelen uiteindelijk allemaal het levenslicht gaan zien. Het is voor alle partijen het prettigst als er snel duidelijkheid komt, ook over een eventuele overgangsregeling. Vooruitlopend daarop is het raadzaam, waar mogelijk, reeds rekening te houden met de gevolgen van de aanstaande btw-verhoging.



Mr. Rob P.M. Hoeks FB

Fiscaal strateeg

robhoeks@feros.nl

www.linkedin.com/in/robhoeks

FEROS financieel en fiscaal strategen
Bleekstraat 1
Postbus 6209
5600 HE Eindhoven
Tel: (040) 252 03 25
www.feros.nl

FEROS
FINANCIEEL EN FISCAAL STRATEGEN



Assembléon

JEROEN DE GROOT, CEO ASSEMBLÉON VELDHOVEN: “EEN INTERNATIONAAL PRODUCT MET BREDE REGIONALE INBRENG.”

Even spraakmakend als het witte, piramideachtige gebouw op het industriepark De Run nabij de kruising Provincialeweg / Kempenbaan in Veldhoven, is zijn bewoner Assembléon. Het Veldhovense high tech bedrijf ontwikkelt, produceert en levert wereldwijd totaaloplossingen om elektronische componenten op printplaten te assembleren. Naast trots op zijn producten, is de onlangs aangetreden CEO Jeroen de Groot apetrots op de manier waarop dit alles tot stand gebracht wordt. “Wij bedenken het. Bedrijven in de regio maken de modules. Wij integreren vervolgens alle modules tot één geheel. En we kunnen dit zo doen omdat we juist hier zitten met ons bedrijf. Daarmee zijn we al jaren een belangrijke speler in de Eindhovense Brainport regio.”

Printplaten

Assembléon is begin jaren tachtig ontstaan uit een onderzoeksgroep, een bedrijfsmechanisatieafdeling van Philips. In die club werd gewerkt aan een machine voor het monteren van SMD's (Surface Mounted Devices), kleine elektronische componenten op halfgeleiders zoals condensatoren en weerstanden. Een SMD-onderdeel wordt niet meer gemonteerd met behulp van aansluitingen door de printplaat heen, maar tegen de printplaat aan. Jeroen de Groot: “Die machine was een groot commercieel succes. Allereerst in de automotive branche en consumer electronics. Door onze producten steeds verder door te ontwikkelen, bereikten we onder meer ook de computer- en communicatiebedrijven. Ons handelsmerk is hoge snelheid met hoge nauwkeurigheid.”

Philips

De nieuw ontwikkelde machine voor SMD's sprak tot de verbeelding. Met het gevolg dat het moederbedrijf Philips de activiteiten onderbracht in het bedrijf AAA, dat even later de naam Philips EMT ging dragen. 'Onafhankelijk van elkaar werd een samenwerkingsvorm met Yamaha aangegaan, waarna Assembléon één van de snelste machines in zijn soort ter wereld ontwikkelde. “We konden zo meer dan 100.000 componenten per uur wegzetten”, verklaart Jeroen de Groot. In 2002 kreeg het bedrijf zijn huidige naam Assembléon. Ruim een jaar geleden, in april 2011, werd Assembléon helemaal zelfstandig na de overname door H2, een Nederlandse investeerder. Philips behield een klein pakket aandelen.

Internationaal

Jeroen de Groot spreekt met een enorme passie over zijn bedrijf. Ook tijdens een rondgang door de productieruimten in het hoofdkantoor van Assembléon lijkt hij niet te stuiten in zijn stortvloed van woorden. Sinds april van dit jaar is hij de Chief Executive Officer (CEO) van Assembléon in Veldhoven. Gedurende vijftien jaren is hij, met in zijn portefeuille onder meer productmanagement, marketing en innovation, actief bij Assembléon. Enkele jaren heeft hij voor het Veldhovense bedrijf gewerkt in Hongkong en Singapore. "Wij zijn een puur internationaal bedrijf met vijfhonderd medewerkers, waarvan de helft in het buitenland."

Regio

Met evenveel trots vertelt de nieuwe eerste man van Assembléon over de invloed van de regionale inbreng op het succes van zijn high-techbedrijf. Naar schatting van Jeroen de Groot zijn er in de regio zeker vijftien tot vijftig bedrijven waarmee Assembléon heel directe lijnen heeft. Allemaal leveranciers van oneindig veel onderdelen / halffabricaten. Jeroen de Groot beschrijft de gang van zaken: "Bij ons start het denkproces. Wij weten immers precies wat de klant wil. In gesprek met de regionale leveranciers wordt het ontwerp van het uiteindelijke product verbeterd en vervolmaakt. De modules worden door de leveranciers gemaakt. Ze komen hier uiteindelijk terug om geassembleerd te worden."

Pick & Place

Assembléon onderscheidt zich inmiddels zeer nadrukkelijk met de plaatsingstechnologie van de zogenaamde pick & place machine. Een machine die een product oppakt, het verplaatst en positioneert. In Veldhoven betekent dat het monteren van elektronische componenten op printplaten. In die printplaten ligt vast wat een apparaat allemaal kan. "Mede door de technologie om ons heen munten wij uit door snelheid, flexibiliteit en nauwkeurigheid. Automatisering zorgt ervoor dat het gehele proces met een hoge snelheid uitgevoerd kan worden. We hebben met onze eigen pick & place machines een zeer specialistische activiteit binnen onze muren. Assembléon is wereldwijd één van de zeven bedrijven die dit proces beheerst", licht Jeroen de Groot het succes van Assembléon nader toe.

Partners

De CEO van Assembléon kijkt, met de ervaringen uit het recente verleden, met vertrouwen naar de toekomst. Assembléon is al vanaf dag één een internationaal bedrijf. Het heeft veel verschillende klanten. Van een kleine garage, tot een groot telecommunicatiebedrijf. En dankzij het enorme netwerk in de regio kan het bedrijf doen wat het doet. Jeroen de Groot: "De componenten, de kennis en de kunde vinden we hier in Zuidoost Brabant. De combinatie van de unieke infrastructuur van bewezen toeleveranciers, de wetenschappelijke instellingen én de juiste mensen zijn belangrijk voor het succes van Assembléon."

Brabant: Europese topregio

Brabant is succesvol in ondernemerschap, innovatie en sport. Brabanders zoeken slimme oplossingen, ondernemen met lef en zoeken van nature de samenwerking op. Maar ook bij Bourgondisch gastvrij en gemoedelijk denk je aan Brabant.

Het is juist deze unieke combinatie van de harde (high tech) en zachte kant (high touch) van het leven, die Brabant zo uniek maakt. Het één kan niet zonder het ander. Goede prestaties door de goede sfeer, en vice versa. Dat is de basis van ons succes en daarmee behoort Brabant tot de Europese topregio's in kennis en innovatie.

www.dandenkjaanbrabant.nl



RELATIES AANGAAN, BEHOUDEN EN VERDIEPEN MET CONTENT MARKETING

WAT BOEIT DAT

Als copywriter (schrijver van promotionele teksten) kreeg ik nogal eens te horen: 'Mensen lezen wat ze interesseert. En soms is dat een advertentie.'

TIP

Tips om te beginnen met content marketing:

- Definieer uw domein. Waar bent u werkelijk goed in? Wat is uw vakgebied, uw 'area of expertise'?
- Wat is de informatiebehoefte van uw doelgroep? Welke onderwerpen en thema's houden hen, in relatie tot uw vakgebied, dagelijks bezig?
- Hoe kunt u toegevoegde waarde leveren op deze onderwerpen en thema's? Hoe kunt u dat bewijzen?
- Welke informatie (content) is al aanwezig binnen uw bedrijf? Welke content zal ontwikkeld moeten worden?
- Wat is de meest effectieve middelenmix (magazine, e-mail nieuwsbrief, blog, video) en hoe vaak gaat u informatie naar buiten brengen (publicatiekalender)?

Mensen lezen wat ze interesseert. Vandaag de dag ben ik geneigd daar toch aan toe te voegen: en inderdaad, negen van de tien keer is dat géén advertentie. Ondernemingen, zowel groot als klein, merken dat het effect van adverteren afneemt. Het lijkt alsof consumenten 'marketingmoe' zijn. Teveel reclame impulsen op een dag. Hoe kunt u ze dan nog wél bereiken? Hoe krijgt u ze in beweging?

Het cruciale punt is: de consument bepaalt zelf hoe, wanneer en via welk kanaal hij met een bedrijf of organisatie in contact wil komen. Kijk naar uzelf. Stel, u bent 'in de markt' voor een nieuwe televisie. Natuurlijk kunt u een rijtje aanbieders noemen (Philips, Sony), maar u bent primair geïnteresseerd in 'echte' informatie en in de ervaringen van andere kopers. Waar moet je op letten bij de aankoop van een televisie? Wat is het verschil tussen plasma en LCD? Dus wat doet u? U gaat naar Google.

Google 'beloont' bedrijven die consumenten relevante informatie bieden met een hoge positie in de natuurlijke, niet-betaalde zoekresultaten. En consumenten kijken

voornamelijk naar de bovenste resultaten in Google. In de perceptie zijn dat de topmerken. Een televisie-merk dat alleen zichzelf aanprijst, komt niet ver in Google. Maar een aanbieder die de klantbehoefte centraal stelt en een consument helpt om de juiste beslissing te nemen, scoort hoge ogen.

Mensen willen niet kopen, ze willen geholpen worden. Klassieke marketing (advertenties, billboards, radio- en televisiecommercials) zijn meestal productgedreven en stellen de adverteerder centraal. Bovendien krijg je ze te pas en te onpas voor je kiezen. Consumenten slikken dat niet meer. Ze stellen hun vertrouwen in bedrijven en organisaties die bewijzen een autoriteit te zijn op hun gebied. En die de informatiebehoefte van hun doelgroep, niet hun eigen behoefte, centraal stellen.

Geen advertenties meer plaatsen dus? Dat is maar de vraag. Het principe, stel de klantbehoefte centraal in al uw marketing en communicatie, is belangrijker dan het middel. Hoe helpt u uw doelgroep het best? Wat houdt hen bezig? Hoe en waar kunt u deze

BINDT

en van een opdrachtgever: niet teveel
ezen inderdaad geen advertenties.

groep het beste bereiken? Dat bepaalt de keuze voor inhoudelijke boodschap, communicatiemiddel en -kanaal. En misschien werkt een goed vindbare instructievideo op uw website dan veel beter dan een advertentie. Omdat uw potentiële klanten nu eenmaal niet zulke lezers zijn.

Die behoefte aan authentieke en relevante informatie, online én offline, leeft niet alleen bij uw potentiële, maar ook bij uw huidige klanten.

"Het goede nieuws is: u hoeft niet over enorme mediabudgetten te beschikken om gevonden te worden door uw doelgroepen."

Voorzie ze daarom met de regelmaat van de klok van informatie die ze helpt en ondersteunt in het dagelijks (zaken) leven. Het gevolg is dat ze u gaan zien als autoriteit op uw vakgebied. Het is dé manier om een relatie te onderhouden en mogelijkheden voor cross selling (verkoop van gerelateerde producten) te creëren. Het realiseren van marketingdoelstellingen door doelgroepen stelselmatig en met

meerdere middelen/kanalen te voorzien van relevante informatie die precies aansluit op hun behoefte, wordt ook wel content marketing genoemd. Content marketing draait om het neerzetten van een bedrijf of organisatie als betrouwbare bron van relevante informatie op een specifiek terrein. Content marketing neemt daarom niet het product, de dienst of de adverteerder als uitgangspunt, maar de informatiebehoefte van de doelgroep.

Het goede nieuws is: u hoeft niet over enorme mediabudgetten te beschikken om gevonden te worden door uw doelgroepen. Er zijn voorbeelden te over van relatief kleine ondernemingen die uitstekende zaken doen omdat zij precies weten wat hun klanten bezighoudt. Zolang u uw doelgroepen weet te boeien, kunt u hen tevens aan u binden.



Peter Rademaker
copywriter / eigenaar
peter@robertenrademaker.nl
<http://nl.linkedin.com/in/prademakerr>

Robert en Rademaker
Scherpakkerweg 8
5616 HP Eindhoven
Tel: (040) 235 01 52
www.robertenrademaker.nl

rr
robert en
rademaker
creatie en
consult

DWING JEZELF TOT EEN GLIMLACH

WAAR EINDIGT DE "CRISIS" EN BEGINT SUCCES?

Hoe serieus moet je zijn als ondernemer? In tijden waarin niet alles vanzelf gaat – tijden die sommigen bestempelen als "crisis" – valt het niet altijd mee om opgewekt te blijven ondernemen. Toch dien je als ondernemer zelf zoveel positiviteit uit te stralen dat de positieve dingen van het leven naar je toe blijven komen.

Ondernemen als spel

Ondernemen is een spel, net zoals het leven een spel is. Er zijn zaken waar je vat op hebt en er zijn zaken die je niet onder controle hebt. Als je alles volledig onder controle zou hebben, dan zou dat helemaal geen spel meer zijn en was het lang niet zo interessant.

De drie elementen van een spel

Waaruit bestaat een spel? In zijn boek "De problemen van de werkende mens" maakt Ron Hubbard duidelijk dat elk spel in wezen uit drie elementen bestaat: VRIJHEID, BARRIÈRES en DOELSTELLINGEN.

Hoeveel weerstand verwacht je?

Je DOELSTELLING is een soort kracht, die je gaande houdt op je route naar het resultaat dat je met je bedrijf wilt verwezenlijken. Hoe groter je doel is, des te grotere BARRIÈRES mag je verwachten en des te groter zal je drive moeten zijn om dat resultaat daadwerkelijk te behalen.

Spel en controle

Vergelijk ondernemen eens met voetbal. Wil Ajax landskampioen worden, dan zal dat niet vanzelf gaan. Je mag als team dan de nodige BARRIÈRES verwachten. Als het goed is, zitten de BARRIÈRES in de buitenwereld, bij de competitie,

TIP

Om inzicht te krijgen in waar je positieve aandacht gevangen wordt, ga naar: www.checkuwsucces.nl. CheckUwSucces is een speciale service van Oxford Bedrijfssucces, waarmee je deze zomer gratis je persoonlijke succesformule in beeld kunt brengen. Het geeft veel inzicht. Probeer het maar!

en niet in je eigen organisatie. Het spel behoort je met je tegenspelers te spelen en niet tegen je collega's. Om het spel goed te kunnen spelen, zul je – ook als ondernemer – de interne organisatie min of meer onder controle willen hebben (zie het artikel 'De Factoren voor Succes' in Brabant Breed nummer 7 van september 2011, blz. 34 en 35). Mensen die dit principe niet goed begrijpen, zullen intern spelletjes gaan spelen met zaken die ze eigenlijk onder controle dienen te hebben. Want een spel... moet er zijn!

Wil je als ondernemer een groter spel?

Wanneer Ajax landskampioen wordt en Europees voetbal gaat spelen, dan zal de competitie alleen maar sterker zijn. Zo is het ook wanneer je als ondernemer met je product de grens overgaat. Je product moet dan

goed zijn. De productie en interne organisatie wil je dan enigszins onder controle hebben, maar de competitie bepaal je niet. Daar ligt het spel. Bij een groter spel wordt niet alles makkelijker; het wordt interessanter. Wil je winnen, dan win je van de besten. Het eredivisieteam van Ajax zou weinig lol beleven aan het winnen van de F'jes. Wil je een groter spel, krijg dan je eigen organisatie onder controle en wens grotere BARRIÈRES. Een groter spel heeft grotere DOELSTELLINGEN, grotere BARRIÈRES en meer VRIJHEID.

Hoe serieus is VRIJHEID?

Wat is VRIJHEID eigenlijk? VRIJHEID, dat ben je zelf. Het heeft te maken met je begrip van de wereld om je heen en de keuzes die je maakt. Wat is dan serieus? Serieus is wanneer je aandacht meer wordt getrokken door problemen, gevaren en dingen die niet goed zijn gegaan, dan door nieuwe ideeën, kansen en plezier. Wanneer je serieus bent, wordt je aandacht opgeslokt door moeilijkheden. Het is eigenlijk een soort straf voor onbegrip. Hoe serieuzer je bent, hoe minder VRIJHEID je bezit en hoe kleiner de kans wordt om het spel succesvol af te ronden. Bij elk spel in elke competitie heb je VRIJHEID nodig om te kunnen winnen.



Hoe herwin je VRIJHEID?

Als bij een groter spel grotere BARRIÈRES horen, dan kun je de oplossing voor welke "crisis" dan ook nooit vinden in de buitenwereld. Daar zijn alleen BARRIÈRES. De VRIJHEID voor succes vind je alleen in jezelf! Hoe schraap je alle restjes positiviteit, die je in jezelf nog kunt vinden, bijeen om de VRIJHEID te creëren die nodig is voor succes?

Lees 'De vreugde van het creëren'. Dit is een simpele en zeer krachtige tool binnen het Hubbard Management Systeem. Je moet het echt doen (voor de spiegel, of tegenover iemand die deze oefening ook doet). Probeer maar. Het werkt echt!

Dwing jezelf tot een glimlach...

DE VREUGDE VAN HET CREËREN

Dwing jezelf tot een glimlach en je frons zal weldra verdwijnen. Dwing jezelf tot lachen en je zult al gauw iets vinden om over te lachen. Word enthousiast en je zult je spoedig zo voelen. Een wezen is de schepper van zijn eigen gevoelens. De grootste vreugde die er bestaat in het leven, is creëren. Geef je er met volle teugen aan over.



DISCUSSIE

Als je succesvol wilt zijn, hoe belangrijk is het dan om zelf positief te blijven?

Hoe blijf jij positief in tijden van stress of bij moeilijkheden? Deel hier je ervaringen met andere ondernemers. We kunnen veel van elkaar leren.

Discussieer mee via de linkedin groep van Brabant Ondernemers

Dit artikel is gebaseerd op het boek "De problemen van de werkende mens" van L. Ron Hubbard. Uitgegeven door New Era Publications in Kopenhagen. ISBN 978-90-77378-28-1

In de maanden juni en juli kunt u dit boek bij Oxford Bedrijfssucces bestellen voor slechts 13 euro (incl. BTW). Leuk als cadeau, of om mee te nemen op vakantie!



Ad van Buel
Algemeen Directeur
ad@oxfordtraining.nl
www.linkedin.com/in/advanbuel
advanbuel.wordpress.com

Oxford Bedrijfssucces
Croy 9a
5653 LC Eindhoven
Tel: (040) 280 28 28
www.oxfordtraining.nl



Oxford Bedrijfssucces

NONNEN IN VUGHT

Een van de meest gebruikte onderdelen voor een ondernemer is natuurlijk de taal die hij of zij spreekt. Maar op welke manier wordt deze gebruikt? Zijn we ook bewust van hoe wij de taal die we spreken gebruiken? Natuurlijk was er geen betere plek om dit te onderzoeken dan aan het Taleninstituut Regina Coeli in Vught. Niet alleen nationaal en regionaal werd onze taal onder de loep genomen, maar ook internationale gesprekken werden dieper onderzocht. Het was een zeer inspirerende avond!

TERUGBLIK

VERKEER(D)

Na een warm welkom bij Verkeersveiligheid Groep Nederland, begonnen we met een aantal interessante presentaties op het gebied van verkeer en met name veiligheid in het verkeer. Kevin Abbring vertelde een fascinerend verhaal over het rally rijden, waarna André Roelandsen de aanwezige meenam in een theorietraining 'veiligheid op de weg'. Niemand minder dan de gedeputeerde van de provincie Noord-Brabant, Ruud van Heugten, sloot het presentatiegedeelte af. Vervolgens de baan op! Er werd flink geslipt, geremd, gespind en gedrift. De avond werd – natuurlijk – met een alcoholvrij biertje afgesloten. Voor filmpjes kijk op ons YouTube en Facebook kanaal!

Bekijk alle foto's van de evenementen op www.brabantonderneemt.nl

BRABANT ONDERNEEMT

AGENDA 2012

Brabant Onderneemt heeft binnenkort weer tal van interessante en uitdagende activiteiten op de agenda staan. De genoemde activiteiten zijn onder voorbehoud. Nadere informatie over de verschillende activiteiten, zoals de actuele data en het programma, vindt u tijdig terug via de digitale agenda op de website www.brabantonderneemt.nl.

11 JULI 2012: LOGISTIEK

De juiste dingen, op de juiste tijd, op de juiste plaats, in de juiste hoeveelheden, tegen optimale kosten: dat is logistiek! Allereerst worden we geïnspireerd door een mooie bedrijfspresentatie gegeven door de heer Herman Molenaar C.F.O. Waarna we een kijkje achter de schermen nemen bij Vanderlande Industries B.V. Zij zullen ons alle facetten van de logistieke afdeling laten zien, het hele proces van A tot Z.

29 AUGUSTUS 2012: MEET & EAT

Wat is er nu gezelliger dan met een groep te pruttelen, smoren, bakken, sudderen, grillen oftewel: koken! En daarna samen aan een heerlijk zelfgemaakt diner in combinatie met een goed glas wijn? Het kan niet beter. Samen koken is de ultieme manier om Brabantse collega-ondernemers eens op een andere manier te leren kennen. Brabant Onderneemt en Kookstudio Lisette nodigen je graag uit.

12 SEPTEMBER 2012: LADIES ONLY

Tijd voor een avond met alleen vrouwelijke ondernemers, oftewel Ladies Only! Hèt evenement waarbij de vrouw het middelpunt van de belangstelling is. Vrouwelijke ondernemers krijgen hier de kans om met elkaar te netwerken en contacten te leggen. Al met al een zeer interessante avond voor de vrouwelijke ondernemer. Ladies Only wordt georganiseerd in de regio Tilburg.

Wilt u meer weten over Brabant Onderneemt?

Kijk dan snel op www.brabantonderneemt.nl of neem contact met ons op via (040) 266 15 28. Ook kunt u mailen naar mail@brabantonderneemt.nl.

UITGELICHT



Milka van de Kerkhof

Olympia Uitzendbureau

Willemstraat 11
5611 HA Eindhoven
Tel: (040) 246 15 55
m.vandekerckhof@olympia.nl
www.olympia.nl



Frank Swinkels

Plaagdier Preventie Nederland (PPN)

Spegelt 66
5674 CD Nuenen
Tel: (040) 283 96 47
info@plaagdierpreventie.nl
www.plaagdierpreventie.nl



Dirk van der Vleuten

Master-it Training

Fellenoord 180
5611 ZB Eindhoven
Tel: (040) 232 33 90
dirk.van.der.vleuten@master-it.nl
www.master-it.nl



Mattijs van Rijswijk

Lesters interim management & business consultancy

Graanakker 9
5236 VH 's-Hertogenbosch
Tel: (088) 537 83 77
Mattijs@lesters.nl
www.lesters.nl



Luuk Stoop

HighQ Financieel Interim

Stadionstraat 11-9
4815 NC Breda
Tel: (0348) 460 411
lstoop@highq.nl
www.highq.nl

Stichting Brabant Onderneemt is een actief zakelijk platform zonder poespas. We zijn er voor steeds meer Brabantse bedrijven, non-profitorganisaties en (semi)overheidsinstellingen. Hierboven treft u de vijf laatst aangesloten positieve ondernemers in de categorie uitgelicht.

OVERLEVEN IN EEN CRISIS

"HET GRAS IS BIJ DE BUREN ALTIJD GROENER"

Nederland bevindt zich al weer geruime tijd in een crisis. De markt is verzadigd, mensen geven nog nauwelijks geld uit. Hoe kruipen we uit het dal?

"Het ligt aan de aanslagen op de Twin Towers. De banken waren alleen maar graaiers. De bonussen hebben ons aan de rand van de afgrond gebracht. De Grieken hadden nooit opgenomen mogen worden in de Eurozone. Terug naar de gulden." Zomaar wat kreten die te pas en te onpas te horen zijn als gesproken wordt over de crisis waarin wij terecht gekomen zijn. Zelf ben ik ook vaak geneigd om tegenslagen te verklaren met deze, of andere kreten. "Makkelijk toch, ik kan hier niets aan veranderen, het is de boze wereld die mij parten speelt."

"Wishfull thinking de basis voor succes of juist de ondergang."

Natuurlijk kan ik ook niet ontkennen dat de neergaande economie in Nederland gevolgen heeft voor onze orderintake en marges, maar dat betekent niet dat ineens niets meer deugt. Denk positief, zie de kansen die uit bedreigingen voortkomen en speel hierop in. Nederlandse ondernemers

staan ook internationaal als "zeer goed" aangeschreven en dat is niet zomaar. Door de jaren heen hebben wij de creativiteit op kunnen brengen om onze ondernemingen op een hoog plan te brengen en te houden.

In onze (grafimedia) branche vond in de afgelopen jaren een ware kaalslag plaats. Door de opkomst van internet verdween een deel van onze traditionele omzet naar "de digitale" wereld. De nieuwe hype (smartphones en tablets) maken het mogelijk om – net als met een tijdschrift – rustig op de bank alle zaken die interessant zijn door te nemen. Veel zetwerk verdween naar India en de grote drukopdrachten kunnen ook in China gemaakt worden.

Toch blijven ook in deze markt voldoende mogelijkheden voor creatieve ondernemers bestaan. Prijsstechnisch is deze strijd vooralsnog niet te winnen, dus zoek naar 'extra toegevoegde waarde' voor je klanten die het voor hen de moeite waard maakt om het werk toch bij jou te laten maken, ook al kan het elders misschien toch nog goedkoper.

De markt verandert, dus durf ook mee te veranderen. In onze snelle maatschappij is geen tijd voor 'fouten' of 'net niet' beschikbaar. Klanten willen vooral een product dat aan hun wensen voldoet en op het moment dat zij het nodig hebben. Ben zelf de specialist in je vak en gebruik die kennis om je klanten op de juiste manier te adviseren en te behoeden

! TIP

Wishfull thinking

De gedachte gaat aan de daad vooruit. Denk positief, handel positief en bekijk je omgeving ook eens vanuit de 'sunny side'.





voor fouten. Door vakmanschap te koppelen aan creativiteit en flexibiliteit kun je voor je klant nog steeds het verschil maken.

“Leuk geprobeerd, maar in een crisistijd geeft niemand graag geld uit, dus creatief of niet, de orders komen in deze tijd toch niet.” Draai het nu eens om. In een crisistijd geeft niemand graag ‘onnodig geld’ uit. Zorg dus dat je heel goed begrijpt wat je klant écht wil en werk dat uit met behulp van het vakmanschap dat in je organisatie aanwezig is. Met andere woorden: zorg dat de wens van de klant wordt vertaald in een aanbod waarbij de balans tussen prijs en prestatie overhelpt naar de prestatiekant.

! TIP

Cruijff zij al “Elk nadeel heb zijn voordeel”, of hoe groot de problemen ook zijn, in elke situatie zitten ook kansen. Ga op zoek naar je kansen en duw de problemen naar de achtergrond.

En is dit meer dan theorie alleen? Ja, de praktijk bewijst dagelijks dat het in Nederland nog steeds mogelijk is om je brood te verdienen. In onze regio is ASML het grote voorbeeld van succes. Een bedrijf dat regelmatig de pers haalt en wereldwijd meetelt als het om hun specialiteit gaat. Dit ondanks een ‘zwakke’ economie en landen waar loonkosten vele malen

lager zijn als in ons eigen Nederland. ASML is een verhaal apart, ongetwijfeld, maar ook het midden- en klein bedrijf in Nederland kent nog steeds ondernemers die erg succesvol zijn. En al die bedrijven hebben één ding gemeen. Ze denken positief, kijken vooral naar hun kansen en mogelijkheden en zijn steeds opnieuw bereid om hun bedrijfsvoering aan te passen aan de eisen die de markt aan ons stelt en gaat stellen.



DISCUSSIE

We zijn het klagen beu. Het helpt ons niet vooruit en geeft ons een legitiem excuus om dan maar niets te doen.

Discussieer mee via de linkedin groep van Brabant Ondernemt



Riny Verdonk

Directeur
r.verdonk@tekstbeeld.nl
fotoboeknu
nl.linkedin.com/pub/riny-verdonk/10/790/ba2

Van de Garde | Jémé
Cranendonck 2
5653 LA Eindhoven
Tel: (040) 251 25 76
www.vandegardejeme.nl

SNELLERE BETALING ONTVANGEN VAN UW KLANTEN?

NIEUWE WET BIEDT DUIDELIJKHEID OMTRENT INCASSO VOOR CONSUMENTEN EN KLEINE BEDRIJVEN (B2C)

Recentelijk heeft de Eerste kamer een nieuwe wet aangenomen over onder andere de berekening van incassokosten. Deze wet zal per 1 juli 2012 ingaan. U zult wel denken 'Wat heb ik er aan?', maar dit artikel biedt meer informatie dan u in eerste instantie zult vermoeden.

Misschien doet u uw eigen administratie of heeft u binnen uw bedrijf een financiële administratie. Uw facturatie- en herinneringstraject zal er dan bijvoorbeeld zo uitzien:

1. Factuur (30 dagen betalingstermijn)
2. Vriendelijke reminder (herinnering - 14 dagen betalingstermijn)
3. Telefonisch contact (5 dagen betalingstermijn)
4. 2e herinnering (7 dagen betalingstermijn)
5. Aanmaning/Sommatie/ Ingebrekestelling (5 dagen betalingstermijn)

Een traject dat veelal 2 tot 3 maanden in beslag neemt en waarbij meestal ook administratiekosten en rente doorbelast worden. De hoogte van deze kosten verschillen per bedrijf. Meestal houdt u de administratiekosten of rente als 'onderhandelingspositie' om uw debiteur alsnog tot betaling te dwingen. Betaald hij/zij alsnog, dan bent u best bereid om deze kosten niet door te belasten. Het belangrijkste bedrag is namelijk al door u ontvangen.

Uitgangspunt wetgever

De wetgever is van mening dat vooral consumenten en kleine bedrijven, zoals eenmanszaken, moeten worden beschermd tegen onredelijke (incasso) kosten. In de wet is daarom een

TIP

Het is verstandig om uw algemene voorwaarden weer eens onder de loep te nemen en, daar waar het gaat om incassokosten, eventueel aan te passen.

grondslag opgenomen waarin de vergoeding voor de buiten-gerechtelijke incassokosten wordt gemaximeerd. Daarnaast wil de wetgever dat incassokosten voortaan al in rekening worden gebracht door de schuldeiser zelf. Dit houdt in dat u dus zelf al incassokosten in rekening kunt brengen.

Snellere betaling van de consument

Indien een factuur onbetaald blijft, hoeft u met ingang van de nieuwe wet dus niet meerdere herinneringen of aanmaningen te versturen. De wetgever wil dat u uw debiteur een brief stuurt waarin melding wordt gemaakt dat alsnog binnen 14 dagen moet worden betaald én het bericht dat er, bij uitblijven van betaling binnen die termijn, incassokosten in rekening worden gebracht. Ook de hoogte van die kosten moet worden vermeld. De wetgever denkt hiermee aan u als ondernemer een middel te bieden om snellere betaling van uw debiteur af te dwingen. De praktijk zal een en ander moeten uitwijzen. Feit is wel dat na het vervallen van de betalingstermijn u

nog maar 14 dagen uitstel van betaling aan uw debiteur hoeft te gunnen.

Deze nieuwe wet is eigenlijk niet veel anders dan nu al in de huidige wet is opgenomen. Toch hanteren de meeste bedrijven een langer herinnerings-traject aangezien de rechter de gehanteerde incassokosten vaak matigt of zelfs afwijst als u uw debiteur niet voldoende tijd heeft gegeven om de openstaande factuur te betalen. Omdat de nieuwe wet nu vermeldt dat u (minimaal) 1 aanmaning hoeft te versturen en u al na 14 dagen incassokosten mag berekenen, mag de rechter deze kosten niet meer afwijzen, noch matigen. De incassokosten worden dus hoe dan ook al toegewezen na 1 aanmaning.

TIP

Incassokosten zijn per 1 juli verschuldigd vanaf 14 dagen nadat een enkele aanmaning is verzonden. Let op dat u het juiste bedrag vermeld conform de staffel incassokosten.

Hoogte incassokosten

De hoogte van de incassokosten zal straks een percentage zijn van het (totaal)verschuldigde bedrag gebaseerd op een door de wetgever vastgestelde staffel. Daarbij geldt een minimumbedrag en een maximumbedrag voor de vergoeding van incassokosten.



De staffel ziet er als volgt uit:

Hoofdsom	Percentage ten hoogste	Vergoeding incassokosten
over de eerste € 2500	15%	minimum € 40
over de volgende € 2500	10%	
over de volgende € 5000	5%	
over de volgende € 190.000	1%	
over het meerdere	0,5%	maximum € 6775

Business 2 Business (B2B)

Richt u zich als bedrijf het meest op de B2B markt dan ligt de situatie iets anders. De wet vormt hier wel een richtlijn, maar schrijft niet dwingend de hoogte van de incassokosten voor zoals bij B2C. Contractueel mag u hierover afspraken maken. Deze afspraken zijn veelal in uw algemene voorwaarden opgenomen. In dit geval is het dan ook van belang dat uw algemene voorwaarden correct zijn opgesteld en eveneens correct worden gebruikt bij het aangaan van een overeenkomst.

Welke mogelijkheden heeft u?

Wat betekent de invoering van de deze wet nu voor u?

■ U kunt zelf eerder 'hardere' actie ondernemen tijdens uw herinnerings-traject omdat u zelf al incassokosten kunt rekenen. U incasseert dan dus zelf de incassokosten en uw herinneringstraject bestaat uit 1 herinnering/aanmaning (aangetekend versturen) met nogmaals een betalingstermijn van 14 dagen;

■ U blijft (deels) bij uw huidige werkwijze. Er vinden nauwelijks veranderingen plaats in de acties die u tegen uw debiteur onderneemt. Wel adviseren wij u om goed te kijken naar het aantal acties en deze waar mogelijk te verminderen. Blijft de factuur onbetaald, dan geeft u deze uit handen aan uw incassopartner en deze belast de incassokosten door aan uw debiteur;

■ U kiest voor meer gemak en geeft de zaken sneller uit handen. Dit kan eventueel al vóór het uitvoeren van het herinneringstraject. Wij informeren u vrijblijvend naar de mogelijkheden, zodat u hier verder geen omkijken meer naar heeft.

NB: Kiest u ervoor om zelf de incassokosten door te belasten, dan kan het voorkomen dat u straks zelf een procedure dient op te starten indien de vordering onbetaald blijft. Maak dan ook goede afspraken met uw huidige incassopartner omtrent deze kosten en wie welke werkzaamheden uitvoert.



DISCUSSIE

Incasso: per 1 juli 2012 zelf doen of toch uitbesteden?

Discussieer mee via de LinkedIn groep van Brabant Ondernemers



Carlo Eussen

Gerechtsdeurwaarder
c.eussen@agc-incasso.nl

ceussen

nl.linkedin.com/in/ceussen

AGC gerechtsdeurwaarders & incasso
Stationsplein 91
5211 BM Den Bosch
Tel: (073) 704 03 84
www.agc-incasso.nl





INTERNATIONAAL BANKIEREN

DE TRANSPARANTIE VAN TROEBEL WATER

Ondernemingen die internationaal zakendoen, komen uiteindelijk allen dezelfde drie vragen tegen: Hoe krijg je het geld uit/naar het buitenland? Hoe financier je de transacties en/of investeringen? En hoe beperk je de risico's? Banken hebben hiervoor een uitgebreid dienstenpakket. Maar let op: weet wat je wil. Analyseer de eigen vraagstukken en concrete behoeften en neem niet meer producten af dan noodzakelijk. Het risico is anders groot dat uw winst op internationaal zakendoen niet bij uzelf, maar uw bank terecht komt.

Welke bankproducten zijn er?

Kijk op de websites van internationaal opererende banken en ontdek een grote lijst aan producten, diensten en vooral indrukwekkende termen.

Vergeet het! In de kern zijn slechts drie kernproducten van belang:

- Valutahandel
- Betalingsverkeer
- Kredietverlening

Valutahandel

Dankzij de invoering van de euro is voor veel (MKB-) ondernemers het vraagstuk van valutarisico vervallen.



TIP

Neem nooit valutarisico. Sluit internationale contracten af in euro's of dek het valutarisico af met een valutatermijncontract bij uw bank.

Dit risico speelt alleen nog voor ondernemingen die zakendoen met handelspartners buiten het euro-gebied. Stel je in die situatie eerst de vraag: kan ik zakendoen in euro's? Voordeel: je legt het valutarisico bij de tegenpartij. Is dit niet mogelijk, neem dan als uitgangspunt: neem NOOIT valutarisico. Een ondernemer is geen handelaar in valuta, maar in zijn/haar producten. Sluit dus het valutarisico uit. Het grootste valutarisico zit verscholen in de tijdspanne tussen prijsopgave (offerte en uitlevering) en de feitelijke betaling. Voor alle reguliere valuta is het mogelijk termijntransacties te sluiten. Daardoor weet je direct de omwisselkoers op termijn en staat je eigen marge dus vast. Ga niet zelf speculeren. Een meevaller is leuk, maar het is wel heel zuur als een tegenvaller uw transactie-winst (meer dan) opslurpt. Overigens,

als er gelegenheid is om tegengestelde transacties in gelijke buitenlandse valuta te sluiten, bijvoorbeeld in- en verkoop in \$, dan kan de termijnvaluta-transactie uiteraard beperkt blijven tot de marge tussen beide geldstromen. Dat is immers uw risico.

Betalingsverkeer

Het belangrijkste product van banken voor internationaal zakendoen is betalingsverkeer. Kernvraag voor de onderneming: doe je zaken binnen, of buiten het eurogebied. Europa is op weg naar een gezamenlijke betaalmarkt waar we overal op dezelfde manier kunnen betalen: de Single Euro



TIP

Neem krediet op in het land waar de kredietbehoefte zich voordoet.



Payments Area (SEPA). Per 1 februari 2014 geldt voor de gehele EU, aangevuld met Noorwegen, IJsland, Liechtenstein, Zwitserland en Monaco, dat betalingen nationaal en internationaal hetzelfde plaatsvinden en tegen dezelfde tarifiering. Vanaf dat moment is het internationaal zakendoen met partners in deze landen (voor wat betreft het betalingsverkeer) gelijk aan zakendoen binnen Nederland. Banken en bedrijven zijn inmiddels druk bezig met de voorbereiding. Uw bank kan u begeleiden in de noodzakelijke acties die binnen uw rekeningadministratie gevraagd worden. Nadere informatie is te vinden op www.sepa.nl. Ten aanzien van het betalingsverkeer buiten het SEPA gebied verandert er op korte termijn nog niets.

Kredietverlening

Als gevolg van de kredietcrisis en de internationaal aangescherpte bankregels staat de kredietverlening onder druk. Risicobeoordeling en risicobeheersing staan centraal. Er zijn twee (hoofd-) kredietsoorten te onderscheiden: kredietbehoefte op middellange termijn uit hoofde van investeringen (in vastgoed, activa, overnames) en kredietbehoefte op korte termijn uit hoofde van de activiteiten, de transactie(s). In beide situaties zijn banken nog meer terughoudend met cross border financiering dan met binnenlandse

financiering. De vraag die de onderneming zich vooraf kan stellen is: In welk land ligt de kredietbehoefte? Ligt de kredietbehoefte in het binnenland, of in het buitenland?

Twee voorbeelden om dit toe te lichten: De Nederlandse onderneming A heeft een dochteronderneming in Frankrijk en deze dochteronderneming heeft krediet nodig om haar debiteuren in Frankrijk voor te financieren. De kredietbehoefte ligt dan in Frankrijk. De andere Nederlandse onderneming B levert zelf rechtstreeks aan klanten in Frankrijk en heeft krediet nodig om deze debiteuren te financieren. De kredietbehoefte van B ligt in Nederland. Regel bij voorkeur de financiering in het land waar de kredietbehoefte ligt. In geval van bedrijf A dus in Frankrijk, wat desgewenst kan bij een lokale, Franse bank. In situatie B ligt dat in Nederland, waar men zich tot de huisbankier kan wenden. Deze zal overigens aan de voorfinanciering van buitenlandse debiteuren meer voorwaarden stellen dan aan de voorfinanciering van Nederlandse debiteuren.

Voor de financiering van investeringen geldt dezelfde afweging. Koopt een Nederlands bedrijf de aandelen van een Italiaans bedrijf, dan ligt de kredietbehoefte in Nederland en financier je dat in Nederland. Investeert het Italiaanse bedrijf

TIP

Schakel een deskundige in en maak een goede risicoanalyse. Kies pas daarna de vereiste bankdiensten.

vervolgens in een nieuwe machine, dan ligt de kredietbehoefte in Italië en kan men het best in Italië de financiering aanvragen.

Conclusie

Bij internationaal zakendoen vis je in een andere vijver. Een vijver die je (nog) niet kent en waarvan het water troebel is. Of ... lijkt? Je kan jezelf helderheid verschaffen door de juiste vragen te stellen ten aanzien van risico's en behoeften. Pas als je dat exact weet, is duidelijk welke producten van welke bank je nodig hebt. Op reis gaan vraagt immers een goede voorbereiding.



Fons Huijgens

Bankier zonder Bank
fons@debankdebaas.nl
DeBankDeBaas
nl.linkedin.com/pub/fons-huijgens/18/51/55

Huijgens Corporate Finance
Reitseplein 5
5036 AA Tilburg
Tel: (013) 594 41 33
Mob: (06) 120 237 00
www.debankdebaas.nl
www.hucofin.nl

 **DE BANK
DE BAAS**
Onderdeel van:



DISCUSSIE

Door een kritische analyse van de geldstromen van je internationale activiteiten ben je in staat de juiste bankproducten op de juiste (internationale) locaties te kiezen, waardoor je onnodige kosten kunt besparen.

Discussieer mee via de linkedin groep van Brabant Ondernemt

CONTRACTEREN MET EEN BUITENLANDSE PARTIJ:

EEN GOEDE VOORBEREIDING IS HET HALVE WERK

Wanneer u contracteert met een buitenlandse partij, staat u wellicht niet automatisch stil bij de vraag welke rechter bevoegd is en welk recht van toepassing is op de rechtsverhouding indien het tot een geschil komt. Toch is het van belang om aan dergelijke zaken bij het contracteren aandacht te besteden. Daardoor wordt op voorhand duidelijkheid geschapen en kunnen achteraf hoge (juridische) kosten worden bespaard.

"Er kunnen bij internationale overeenkomsten veel juridische problemen worden voorkomen, indien er maar op een juiste wijze wordt gecontracteerd."

Een groot deel van de Nederlandse export gaat naar lidstaten van de Europese Unie, China en de Verenigde Staten. Wanneer u een goed of dienst levert dat naar mening van uw klant niet aan de verwachtingen voldoet, zal uw klant veelal als primaire reactie zijn betalingsverplichting opschorten. Indien betalingsverzoeken en sommaties niets opleveren, kunt u uw vordering uit handen geven aan een derde (deurwaarder, jurist, of advocaat) die voor u de vordering gaat incasseren. Als uw klant in het buitenland kantoor houdt, komt de vraag op waar moet worden geprocedeerd en welk rechtsstelsel van toepassing is. In beginsel wijzen internationale regels - in de vorm van een verdrag of verordening - ons de weg.

Een verdrag of verordening kan bepalen dat u een procedure aanhangig moet maken in het buitenland en dat tevens buitenlands recht van toepassing is. Bij de internationale (koop)overeenkomsten

komt echter ook zeer regelmatig het Weens Koopverdrag om de hoek kijken. Indien de landen waarin de contractspartijen verblijven partij zijn bij dit verdrag, is niet het recht van land A of B van toepassing, maar wordt de rechtsverhouding beheerst door het Weens Koopverdrag. Dit Verdrag wijkt op een aantal plaatsen wezenlijk af van ons eigen recht. Zo kan een overeenkomst dat wordt beheerst door het Verdrag niet zo eenvoudig worden ontbonden, zoals in ons rechtsstelsel het geval is. Het kan dus soms voordelig zijn om de toepassing van Weens Koopverdrag te bedingen of juist (gedeeltelijk) uit te sluiten.

Indien in het buitenland een procedure aanhangig moet worden gemaakt en tevens een buitenlands rechtsstelsel van toepassing is, zult u een buitenlandse advocaat in de arm moeten nemen. Als u een rechtsbijstandverzekering heeft, is het zelfs mogelijk dat geen dekking wordt verleend. Kortom: er staat u dan vaak een kostbare procedure te wachten en het is niet

zeker hoe lang de procedure gaat duren. Een goede voorbereiding is daarom het halve werk.

Het is mogelijk om in het contract te regelen dat de Nederlandse rechter bevoegd is en dat Nederlands recht van toepassing is. Partijen maken dan een rechts- en forumkeuze. Het is raadzaam om dergelijke afspraken op te nemen in het contract. In de praktijk komt het vaak voor dat de rechtskeuze en de forumkeuze wordt gedaan in de algemene voorwaarden. Daar is in beginsel niets mis mee. Het Europees Hof heeft binnen de Europese Unie aan rechtsgeldige forumkeuze wel strenge voorwaarden gesteld.

Een beroep op de algemene voorwaarden is slechts rechtsgeldig, indien





in de schriftelijke overeenkomst wordt verwezen naar de toepasselijkheid van de algemene voorwaarden. Verder dienen de algemene voorwaarden uiterlijk bij de totstandkoming van de overeenkomst aan de buitenlandse klant te worden overhandigd. De enkele verwijzing naar de vindplaats van de algemene voorwaarden, volstaat dus niet. Evenmin is voldoende

dat de algemene voorwaarden op de achterzijde van de factuur worden afgedrukt.

Indien er veel wordt gecontracteerd met Chinese en Amerikaanse bedrijven kan het verstandig zijn om te bedingen dat een geschil niet door een rechter, maar juist door middel van arbitrage wordt opgelost. Nederland heeft namelijk niet met deze landen afspraken gemaakt over de erkenning en tenuitvoerlegging van rechterlijke uitspraken.

Daarentegen zijn China en de Verenigde Staten – evenals ons land – wel partij bij het Verdrag van New York en dat betekent dat (bijvoorbeeld) Nederlandse arbitragevonnissen in deze landen worden erkend en ten

uitvoer kunnen worden gelegd. Er kunnen bij internationale overeenkomsten veel juridische problemen worden voorkomen, indien er maar op een juiste wijze wordt gecontracteerd.

Het verdient aanbeveling dat u uw internationale overeenkomsten en algemene voorwaarden door een gespecialiseerde advocaat laat beoordelen. Verder is het zaak dat de aanbevelingen van de advocaat over de juiste wijze van contracteren (bijvoorbeeld de noodzaak van schriftelijk contracteren of het tijdig ter hand stellen van de algemene voorwaarden) door de medewerkers van uw bedrijf telkens worden opgevolgd.



Robin Schelvis

Advocaat

r.schelvis@holla.nl

[hollaadvocaten](#)

www.linkedin.com/company/holla-advocaten

Holla advocaten
Beukenlaan 46
5651 CD Eindhoven
(040) 238 06 00
www.holla.nl

holla
advocaten

TIP

Stel de algemene voorwaarden in de contracttaal of in de taal van de buitenlandse klant op. Als de voorwaarden namelijk slechts in onze taal zijn opgesteld, zou het zo kunnen zijn dat de rechter oordeelt dat het niet redelijk is dat de voorwaarden worden toegepast.



RONALD KOOISTRA VAN PULLMAN EINDHOVEN COCAGNE:

"STIJL EN SFEER IN RESTAURANT 'VESTDIJK 47'!"

Gedurende meer dan twee jaar gingen de gevels van het vroegere hotel Cocagne aan de Vestdijk in Eindhoven schuil achter grote bouwdoeken. Een grondige verbouwing heeft voor een metamorfose gezorgd. De buitenzijde, maar vooral ook het interieur, is enorm aangepast. Op het gezicht van Ronald Kooistra, General Manager van het nieuwe 'Pullman Eindhoven Cocagne', verschijnt een brede lach. En vol trots toont hij vervolgens het paradepaardje van zijn bedrijf: 'Restaurant Vestdijk 47'. "Het restaurant is niet specifiek gemaakt voor de hotelgasten. Wij willen in een sfeervolle omgeving met een stijlvolle aankleding Eindhoven en Zuidoost-Brabant een kwaliteitsrestaurant bieden waar het elke dag goed toeven is."

Business & pleasure

Met een nieuw concept en een moderne uitstraling moet het 'Cocagne van weleer' toonaangevend gaan worden. Ronald Kooistra (44) wil er als directeur weer een tophotel van maken. Hij denkt dan niet aan het aantal sterren. Accor Hotels, met naast Pullman ook onder meer Sofitel, Novotel, Mercure, ibis en Formule 1

in de portefeuille, heeft een eigen classificatie. En daarbinnen behoort het in februari geopende 'Pullman Eindhoven Cocagne' tot de top. Ronald Kooistra: "Een hotel waar business en pleasure met elkaar verenigd zijn. Waar zakelijke activiteiten kunnen plaatsvinden en de gasten ook kunnen ontspannen in een huiselijke ambiance."





Internationaal

Voor Ronald Kooistra vormt 'Pullman Eindhoven Cocagne' een enorme uitdaging. Hij is sinds 2010 directeur en heeft als zodanig de metamorfose van het bedrijf aan den lijve ervaren. "Vele maanden was het onrustig. Delen afgesloten. Getimmer en geboor. Soms stoffig. Veel hectiek. Maar we hebben in die ruim twee jaar van de verbouwing wel gewoon als hotel doorgedraaid. Als dan op 1 februari van dit jaar de zaak heropend wordt, ben je in één keer weer een hotel. Een zucht van verlichting bij onze 130 medewerkers." Terwijl Ronald Kooistra toch al aardig wat gewend was in zijn carrière. Voor hij in 1996 naar Eindhoven kwam, heeft hij ervaring opgedaan bij hotels in onder meer Parijs, Brussel, Den Haag en Haarlem. "Als geboren Fries heb ik me in Eindhoven ontwikkeld van een primair reagerend persoon tot iemand die ook de Brabantse gemoedelijkheid zeer hoog in het vaandel draagt."

Metamorfose

De gedaanteverwisseling die het hotel in hartje Eindhoven heeft ondergaan, is enorm ingrijpend geweest. Enkel de binnen- en buitenmuren zijn overeind gebleven. Stukje bij beetje is het pand in tweeënhalf jaar compleet gerenoveerd. In fasen zijn nieuwe delen langzaam maar zeker in gebruik genomen. "We zijn geen dag gesloten geweest", spreekt Ronald Kooistra vol trots. Hij heeft de bouw ook geheel begeleid. En vooral naar zijn medewerkers toe was dat van belang. "We hebben vanaf het begin daarover in alle openheid met elkaar gesproken. Ze waren zo partner van het project. Het draagvlak was dan ook enorm", blikt hij tevreden terug. 'Pullman Eindhoven Cocagne' beschikt over 320 kamers en dat midden in het centrum van Eindhoven, met goede openbaar vervoerverbindingen naar het centraal station en Eindhoven Airport. "En met achttien multifunctionele vergader- / conferentieruimten én door het hele gebouw draadloos internet, hebben we de zakelijke wereld héél wat te bieden."

Cocagne

Om verschillende redenen is Ronald Kooistra trots op zijn 'Pullman Eindhoven Cocagne'. Allereerst omdat het het eerste Pullman hotel in Nederland is en omdat toch ook weer het begrip 'Cocagne' in de benaming voorkomt. Dat Pullman zich als eerste vestigt in Eindhoven is voor Ronald Kooistra min of meer logisch: "Wij willen zijn wat we hier hebben: een zakelijke omgeving, niet echt toeristisch, én een gezellige ambiance, de huiselijkheid, de Brabantse gastvrijheid en gemoedelijkheid." En daar past naar zijn idee ook perfect de naam 'Cocagne' bij. Vooral ook omdat het in de jaren zestig, zeventig en tachtig van de vorige eeuw een toonaangevend hotel was in Nederland. En ook omdat het tot aan de eeuwwisseling een toprestaurant herbergde: "Het toenmalige restaurant was maatgevend voor de klassieke chef-koks."

Vestdijk 47

Een belangrijk aspect bij de restyling van het gebouw was de openheid. Vanuit de lobby is alles zichtbaar: receptie, liften, restaurant, bar en business centre. Vooral de open keuken is vanuit de lobby een eyecatcher. En speciaal voor niet-hotelgasten is er gezorgd voor een aparte entree voor het restaurant. "De Nederlander gaat niet snel in een hotel-restaurant eten. Dat willen we in Eindhoven doorbreken. De open keuken is uitnodigend, een ruime Vinoteca biedt uitgelezen wijnen, een moderne Franse menukaart en een informele service met toch ook enige formaliteit." Het is niet de ambitie van Ronald Kooistra om een sterrenrestaurant te worden. Hij merkt al aan de belangstelling dat het restaurant aanslaat: "Eerlijk en herkenbaar eten met topingrediënten. Een Bib Gourmand restaurant met een goede kwaliteit en een aantrekkelijke prijs."



Pullman Eindhoven Cocagne
Vestdijk 47
5611 CA Eindhoven
Tel. (040) 232 61 11
www.pullmanhotels.com





De juiste maat voor elk kantoor

Of het nu gaat om een werkplek aan huis of de complete inrichting van kantoorruimten, de ontvangstruimte of de kantine, om Kantoormeubelland kunt u eenvoudigweg niet heen.

Kantoormeubelland levert meubilair in talloze uitvoeringen en verschillende prijsklassen. Voor ons is geen project te groot en geen kantoorruimte te klein; ook voor úw maat bent u bij ons aan het juiste adres.





PETRA VAN TEEFFELN

MAG ZICH EEN JAAR LANG BRABANTS BESTE SECRETARESSE NOEMEN!

Winnares Petra van Teeffelen
is eigenaresse van PetrAss. Met ruim 43% van de stemmen,
werdt Petra op 19 april uitgeroepen tot terechte winnares.

Het is de tweede keer dat Stichting Brabant Onderneemt de Brabants Beste Secretaresse verkiezing organiseert. Via de organisatie van deze verkiezing maakt Brabant Onderneemt zich sterk voor het secretaresse vak. De secretaresse is immers de spin in het web voor veel Brabantse organisaties en verdient dan ook bijzondere aandacht.

3 finalisten:

- Petra van Teeffelen - PetrAss
- Marianne Zondag-Voet - Stichting Vakgarage
- Leanne Feijen - Muziekgebouw Eindhoven

Alle drie de dames zijn beoordeeld op hun vakinhoudelijke kwaliteiten, proactiviteit en algemeen voorkomen, maar ook op hun persoonlijk enthousiasme voor het secretaresse vak.

Niet zomaar een 'tjepmiep', "Tien dingen tegelijk doen, daar kick ik op!"

Petra is opgegeven door een tevreden klant en zij omschreef haar als een gedreven secretaresse met al meer dan 10 jaar ervaring in het vak. Petra kenmerkt zichzelf door het feit dat zij een hechte groep mensen aan zich kan binden waarmee het dan ook fijn samenwerken is.

Deze campagne is mede mogelijk gemaakt door:



DELTAZUID



WWW.BRABANTSBESTESECRETARESSE.NL

Heeft u interesse in deze campagne? Neem dan contact op voor de editie van 2013 via mail@brabantonderneemt.nl of 040 266 15 28.

EVEN DE WEG KWIJT...

AANDACHT VOOR DE ACHTERBLIJVERS. HET VERSCHIL TUSSEN WINST EN VERLIES.

Zijn managers zich écht bewust van de toegevoegde waarde van een gemotiveerde medewerker na een reorganisatie? Kennen zij de concrete effecten van gedemotiveerde collega's? Weten leidinggevendenden hoe zij mensen aan boord kunnen houden tijdens én na een crisis? Aandacht! Dat maakt het verschil tussen winst en verlies.

De emotie blijft

"Als medewerker bij een organisatie-adviesbureau kwam ik in een fusiesituatie terecht. Drie aparte bedrijven moesten op een logische manier in elkaar geschoven worden. Na de fysieke samensmelting, werd er strak gestuurd op harde targets. Maar er werd voorbijgegaan aan de integratie van drie verschillende culturen. Gevolg? Na ruim een jaar werden collega's gedwongen ontslagen. Ik was behoorlijk pissig dat ik er niet bijzat. Ik had mijn baan nog, maar voelde alleen maar teleurstelling."

! TIP

De bureauvriend

Stel een bureauvriend aan. Medewerkers kunnen, na een reorganisatie, even de weg kwijt zijn. Het vertrouwen in de organisatie is gedaald. Ze durven vaak niets te zeggen uit angst. Stel een onafhankelijke, externe coach aan en noem deze geen coach, maar bijvoorbeeld 'de bureauvriend'. Laat deze persoon één keer per maand 1 of 2 dagen op kantoor zijn. Vooral alleen maar 'zijn' en contact maken met de medewerkers. De medewerker kan deze gelegenheid aangrijpen om zijn verhaal kwijt te kunnen, de bureauvriend helpt hem op weg.

Het voorbereiden van een reorganisatie is een complex proces. In het bovengenoemde geval hadden de betreffende leidinggevendenden een lange weg afgelegd tot aan de ontslagen. Een zware weg. Naast de op handen zijnde reorganisatie hadden zij én de zorg voor hun medewerkers én zaten zij in hun eigen, persoonlijke proces. De onzekerheid over behoud van een baan trof ook hen. Tegelijkertijd bleven zij eindverantwoordelijk voor het bedrijfsresultaat. Geen gemakkelijke opgave. Toen het proces eenmaal achter de rug was, de aanzeggesprekken gevoerd waren, wilden zij door. Bouwen, slagen maken, resultaten behalen. De eigen positie dubbel en dwars waarmaken. Maar leidinggevendenden zijn zich er vaak onvoldoende van bewust dat de achterblijvers zich na een reorganisatie nog steeds bevinden in een proces waar emoties de hoofdrol spelen.

"Toen de ontslagen collega's eenmaal waren vertrokken, merkte ik dat ik mijn maatjes kwijt was. Dat er niemand meer naast mij zat. Dat ik niet meer dat sigaretje kon roken met die ene en niet meer kon sparren met die andere. In de maanden die volgden, diende iedere week een of meerdere collega's zijn of haar ontslag in. Op een begeven moment maakten we er maar een spel van: "Tien kleine

negertjes...en toen waren er nog..." Ik heb mijzelf vaak afgevraagd: "Is het nou zo gek dat ik hier blijf? Wat houdt mij nog hier? Ik was de weg kwijt."

! TIP

Dag van de aandacht

Geef uw medewerkers een dag van aandacht cadeau. Gewoon een dag waarin de emoties er mogen zijn. Waarin alles gezegd mag worden. Een dag waarop er aandacht is voor ieders persoonlijke proces. Een dag in een andere omgeving, waar bewustwording van het eigen proces plaats kan vinden. Een dag zonder leidinggevendenden. Een dag waarna medewerkers weer in staat zijn keuzes te maken om zich vervolgens weer (of niet) te kunnen verbinden aan de organisatie.

Je ziet het vaak. Na een reorganisatie ijlt de uitstroom van personeel nog een tijd na. Alleen gaat het hier om medewerkers die vrijwillig het bedrijf verlaten. Natuurlijk kan de koers van een organisatie zo ingrijpend veranderen, dat het niet meer bij iemand past. Dan is het goed dat een medewerker zich dat bewust is en op basis daarvan besluit te vertrekken. Er is echter ook een grote groep die deze beslissing neemt op basis van negatieve emoties en niet op ratio.



Dit kan worden voorkomen. En daarmee de onrust en verlies van kennis en kunde.

Creëer verbinding

Uit Fins onderzoek blijkt dat tijdens en na een reorganisatie de productiviteit van medewerkers met 41% afneemt. Daar zit het concrete meest tastbare verlies. Er is een positieve relatie tussen winstgevendheid en de mate waarin medewerkers betrokken zijn bij de organisatie, binding voelen met het bedrijf in al haar facetten. Na een reorganisatie blijkt dat medewerkers (tijdelijk) deze verbondenheid missen, niet meer voelen. Om weer aangesloten te raken met het eens zo vertrouwde bedrijf, hebben mensen tijd nodig om hun persoonlijke proces af te ronden. Steeds weer opnieuw wordt de

afweging gemaakt: "Wat ga ik doen, blijf ik, of ga ik weg? En als ik blijf, hoe ga ik dan verder? Als ik vertrek, wat ga ik dan doen?" Uit angst niet meer mee te tellen, laten medewerkers vaak ander gedrag zien dan ze werkelijk voelen. Zij durven zich niet uit te spreken. Aandacht hebben voor dit persoonlijke proces van de medewerker, daar zit de bewustwording en de uiteindelijke winst voor een organisatie.

Er zijn leidinggevendenden die ervan uitgaan dat je het juist fijn vindt dat je je baan hebt mogen behouden. Anderen hebben moeite om te gaan met dit soort emoties, of vinden het allemaal maar een 'soft gedoe'. Leidinggevendenden mogen zich blijven afvragen: "Hoe ga ik ervoor zorgen dat mijn medewerkers weer gemotiveerd

en betrokken raken, zodat wij onze organisatiedoelen kunnen behalen?" "Toen ik eindelijk de knoop had doorgemaakt om het bedrijf te verlaten, kreeg ik pas in mijn exitgesprek de aandacht die ik nodig had. Het antwoord van mijn leidinggevende? "Als ik dat geweten had..."

Aandacht is dus niet alleen het sleutelwoord voor het verkrijgen van gemotiveerde medewerkers. Aandacht is meer: het verschil tussen winst en verlies!



Pia Peltzer

Algemeen directeur
piapeltzer@commoti.nl
nl.linkedin.com/in/piapeltzer

Commoti
Dalienwaard 41
5221 KD Den Bosch
Tel: (06) 536 850 32
www.commoti.nl



DISCUSSIE

Aandacht voor achterblijvers. Het verschil tussen winst en verlies?

Discussieer mee via de LinkedIn groep van Brabant Onderneemt



SAMEN(NET)WERKEN

Deelnemers van Brabant Onderneemt hebben één ding gemeen: een passie voor actief netwerken! Sinds de start van het platform zijn inmiddels een groot aantal zakelijke samenwerkingsverbanden ontstaan tussen deelnemende bedrijven en instellingen uit de provincie. Brabant Onderneemt wil deze samenwerkingsverbanden natuurlijk niet onopgemerkt voorbij laten gaan. In Brabant Breed zal u dan ook met enige regelmaat kunnen lezen over bedrijven en instellingen die elkaar via Brabant Onderneemt hebben gevonden en die om die reden extra in de kijker worden geplaatst.

EEN DYNAMISCHE SAMENWERKING

Via Brabant Onderneemt zijn Marjo Crijns, Manager Onderwijs van ROC Eindhoven, School voor Economie en Administratie en Marc Kuipers van Excellent Secretary met elkaar in contact gekomen. Zij zaten de afgelopen 2 jaar samen in een jury. De 'beste secretaresse van Noord-Brabant' moest gekozen worden.

Beiden hebben de intentie om het beroep van Secretaresse te promoten. Bittere noodzaak, want er kiezen nog steeds te weinig jongeren voor dit prachtige beroep. Als het onderwijs en het bedrijfsleven de krachten bundelen, staan ze samen sterker.

Het contact heeft geleid tot een samenwerking tussen onderwijs en Excellent Secretary. Excellent Secretary biedt stageplaatsen en opleidingen en helpt mee bij projecten om de studenten te informeren over de inhoud van het werk. De kracht en dynamiek van het bedrijf is van groot belang voor de motivatie van studenten. Op dit moment onderzoekt de school met Excellent Secretary en twee andere bedrijven de mogelijkheden om te starten met een premium opleiding Secretarieel.

Excellent
secretary



1 + 1 = 3

Magneds, het interactief marketingbureau uit Tilburg heeft op iedere online marketingvraag een uniek antwoord. Ook toen Merk Brabant hen vroeg een viral marketingcampagne te ontwikkelen voor de Brabant Awards. Maar wie kon de hoogwaardige executie doen van de, door Magneds bedachte, superslowmotion opnamen van het vernietigen van Brabantse producten? En wie kon dat bewerken tot een indrukwekkende en doeltreffende commercial? Als preferred supplier van de Provincie Noord-Brabant en Goud partner van Brabant Onderneemt, werd Veldkamp Producties van 2 kanten aan Magneds getipt. Hun gelauwerde campagne voor Bert Plantagie Meubels overtuigde Magneds direct. Sterker nog: interpretaties en ideeën werden uitgewisseld en 1+1 werd 3. Kijk voor het overtuigende bewijs op: <http://www.veldkampproducties.com/portfolio/merk-brabant-wat-ben-jij-zonder-brabant/>

VELDKAMP
PRODUCTIES

MAGNEDS®

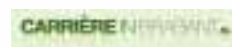


Assembleon



e-on

FEROS



*van de garde | jémé
...en drukken doen we ook!



Uitgave van

DeltaZuid B.V.
Postbus 536
5600 AM Eindhoven
mail@deltazuid.nl
www.deltazuid.nl

Initiatief van

Stichting Brabant Onderneemt
Postbus 536
5600 AM Eindhoven
mail@brabantonderneemt.nl
www.brabantonderneemt.nl

Hoofredactie

Elke Knapen
elke@deltazuid.nl

Eindredactie

Frank Cuijpers
frank@deltazuid.nl

Redactiemedewerkers

Geert van den Eijnden, Niels Vanaken, Frank Cuijpers, Thijs Dorssers, Elke Knapen, Claire van den Brekel, Detlef La Grand, Remco Claassen, Pia Peltzer, Linda Relouw, Bart van de Wouw, Nico Hoenen, Ron Coenen, Peter Rademaker, Jos Oerlemans, Ad van Buel, Rob Hoeks, Gerard van den Bogaart, Jeroen Veldkamp, Carlo Eussen, Riny Verdonck, Fons Huijgens, Robin Schelvis.

Advertenties

DeltaZuid B.V.
mail@deltazuid.nl
Tel. 040 – 266 15 25

Cover fotografie

Cheezz Photography

Fotografie

Cheezz Photography
040fotografie

Vormgeving

DeltaZuid B.V.
Bart Heijman Producties

Drukwerk:

*van de Garde | Jémé, Eindhoven

Verspreiding

Brabant Breed wordt verspreid in de gehele Brabantse regio met een bereik van meer dan 20.000 bedrijven.

Abonnementen

Voor niet aangesloten deelnemers van Brabant Onderneemt Nederland
€ 19,95 per jaar excl. BTW. Buitenland op aanvraag.
Losse nummers € 4,95 excl. BTW.

Adreswijzigingen

Adreswijzigingen doorgeven aan Brabant Onderneemt.

Disclaimer

In verband met mogelijke wijzigingen en eventuele zetfouten kunnen geen rechten worden ontleend aan de in deze uitgave vermelde prijzen en gegevens.

Copyrights

Niets uit deze uitgave mag op welke wijze dan ook worden veeleenvoudigd zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever en andere auteursrechthebbers.

ISSN

Print: 1897-7067
Online: 1879-7075



Bespaar tijd en geld

Complete bedrijfssoftware die met u meegroeit

Ervaar Mamut One:

- ✓ Overzichtelijk boekhouden
- ✓ Eenvoudig offertes/orders/facturen maken
- ✓ Relatiebeheer geïntegreerd (CRM)
- ✓ Maak uw eigen website en webshop
- ✓ Ook online toegang – werk waar u maar wilt!
- ✓ Compleet en gebruiksvriendelijk ERP systeem voor het MKB



NIEUWE VERSIE

Online order en
offerte, vernieuwde
webshop

Test Mamut 45
dagen gratis



"Mamut is één van de beste investeringen,
die ik heb gedaan voor mijn bedrijf."

– Jetro Knoop – Bodybow



Mamut One – Alles-in-één oplossing. Solide en flexibele
bedrijfssoftware voor bedrijven tot 50 medewerkers
vanaf € 9,- per mnd.

Bel ons voor een aanbieding!

0800 – 444 6674



www.mamut.nl/testnu

Een onderneming in

