

BrabantBreed



FAMILIE HOEFNAGELS

DECEMBER 2012 12

FAMILIEBEDRIJVEN: CEES HOEFNAGELS FAMILIE BEDRIJVEN ZIJN CREATIEF EN INNOVATIEF **COOKIE WETGEVING**
VERJARING VAN UW VORDERING OP OF NAAR DE BANK? START TIJDIG MET STOPPEN OOST WEST, BEDRIJF BEST

EEN INITIATIEF VAN BRABANT ONDERNEEMT



CEES HOEFNAGELS VAN HOEFNAGELS GROEP TILBURG:

“FAMILIEBEDRIJVEN ZIJN CREATIEF EN INNOVATIEF”



Voor Cees Hoefnagels van de Hoefnagels Groep uit Tilburg staat het als een paal boven water: een familiebedrijf is veelal stabiel en straalt een zekere rust uit. Er wordt meer tijd genomen om in de toekomst te kijken. Er hoeft immers niet gestuurd te worden op externe aandeelhouders. Cees Hoefnagels(61) werkt al vanaf 1976 in het familiebedrijf. Sinds tien jaar is hij algemeen directeur. Hij spreekt met trots: “We zijn steeds op zoek naar iets nieuws. We willen altijd doorontwikkelen. We zitten overal kort op, zijn altijd direct betrokken bij de operationele uitvoering en nemen zelf de beslissingen!”

Ook bij de jongere generatie, de achterneven Gijs en Rolf Hoefnagels, valt van het gezicht af te lezen dat ze er gelukkig mee zijn dat ze als vierde generatie mede leiding mogen geven aan het familiebedrijf Hoefnagels. Gijs(37) is commercieel directeur van Hoefnagels Branddeuren B.V. En Rolf(31) stuurt de afdeling montage en service aan. In gezamenlijkheid overziet het tweetal met een enorm respect de historie van hun familiebedrijf. En zoals het jonge, ambitieuze ondernemers betaamt, is de blik ook nadrukkelijk gericht op de toekomst. Beide heren durven te dromen en zijn eensgezind: “We willen straks een mooi internationaal familiebedrijf achterlaten.”

Fusie

De Hoefnagels Groep is in 1947 ontstaan uit de samenvoeging van Stoomrolluikenfabriek Janssen-Wayers(1884) en Smederij Hoefnagels (1906). Vanaf dat fusiemoment legt het bedrijf zich vooral toe op rolluiken

en stalen ramen. Als in 1992 het Nederlandse Bouwbesluit ingevoerd wordt, met bouwvoorschriften op het gebied van veiligheid, gezondheid, bruikbaarheid, energiezuinigheid en milieu, heeft het bedrijf Hoefnagels meteen een voorsprong. Gijs Hoefnagels “Wij vervaardigden toen al producten die brandwerend waren. Dat bouwbesluit is voor ons bedrijf cruciaal geweest.”

Specialist

Het familiebedrijf kon zich toen snel aanpassen aan de veranderende omstandigheden en vooral doorontwikkelen. Inmiddels is Hoefnagels uitgegroeid tot dé specialist in branddeuren. Volgens Gijs en Rolf Hoefnagels gaf die aanpassing de kracht aan van een familiebedrijf. “Snel schakelen en adequaat inspelen op veranderende omstandigheden. Zo kun je meer toekomst gericht werken. En heel belangrijk is dat je, door lange dienstverbanden, je medewerkers goed kent en weet

“De mensen voelen zich hier thuis.

Wij luisteren goed naar ze. Wij hechten aan het bottom up model.”

waartoe ze in staat zijn. De motivatie is groot”, geeft Rolf Hoefnagels aan. En meteen verwijst hij naar zijn eigen serviceafdeling. “Wij vormen een full-service organisatie die het gehele traject, de gehele keten van eerste advies tot after-sales, in eigen hand heeft.”

Stabiel

De Hoefnagels Groep heeft ongeveer 75 medewerkers waarvan er velen al tientallen jaren werkzaam zijn in het familiebedrijf. Volgens de twee achterneven is het dan ook voelbaar dat er een wederzijdse betrokkenheid bestaat tussen het bedrijf en de medewerkers. Rolf Hoefnagels: “De mensen voelen zich hier thuis. Wij luisteren goed naar ze. Wij hechten aan het bottom up model.” En ondanks de crisis draait het bedrijf op het industrieterrein Kraaiven in Tilburg Noord goed. “Wij zijn steeds op zoek naar nieuwe mogelijkheden. We hoeven geen externe aandeelhouders tevreden te stellen. We leven niet met de waan van de dag. We zijn gewoon stabiel”, verklaart Gijs.

Internationaal

Naast Hoefnagels Branddeuren is Hoefnagels Aluminium Gevels ook al meer dan veertig jaar toonaangevend. En ook hier heeft het bedrijf het gehele proces van begin tot eind in eigen hand. Inclusief service en onderhoud. Inmiddels is aan deze bedrijfspoot een onderdeel toegevoegd: ‘Hoefnagels Marine’, met hoogwaardige schuifpuien voor exclusieve jachten. Daar ligt volgens Gijs Hoefnagels een groeimarkt. “Wij zijn volop bezig om dit bijzondere product bij meerdere werven weg te zetten.” Met name voor Hoefnagels Branddeuren geldt een steeds verder gaande internationalisering. “We zetten voor de wat langere toekomst nadrukkelijk in op de export.” Nestor Cees Hoefnagels: “Ons bedrijf rust op diverse poten. Dat is onze kracht. Binnen de familie willen we dat ook overeind houden!”.



Tekst: Geert van den Eijnden

Fotografie: Cheezz Photography



“OOST WEST,
BEDRIJF BEST”

In deze editie van Brabant Breed staat het onderwerp familiebedrijven centraal. Nederland kent in totaal maar liefst 270.000 familiebedrijven. Bij ongeveer twintig procent van deze bedrijven is sprake van een tweede generatie onderneming en bij tien procent van deze bedrijven is sprake is van een derde of meer generatie onderneming.

Ook in Brabant spelen familiebedrijven een meer dan bijzondere rol. De provincie kent een ruim aantal familie-bedrijven, allen met een uniek karakter. In tegenstelling tot de wat kleinere MKB- bedrijven komen vooral de grotere bedrijven vrij vaak onder de aandacht. Denk maar aan bekende bedrijven als VDL, Van Bommel, Bavaria, Hutten Catering en Jumbo. Deze en andere bekende namen passeren meer dan eens de revue.

Doorgaans vertonen familiebedrijven een aantal specifieke kenmerken en krijgen zij meer dan andere onder-nemingen met eigen vraagstukken te maken. Zo geldt dat familiebedrijven in hoge mate met eigen vermogen worden gefinancierd en dat zij in mindere mate extern kapitaal aantrekken. Verder kan worden gesteld dat deze bedrijven, in tegenstelling tot niet-familiebedrijven, meer stabiliteit kennen. Aangezien de directeur bij een familiebedrijf langer aan het roer blijft dan het management bij een niet-familiebedrijf, kan van een stabielere managementstructuur worden gesproken. Anderzijds kennen deze bedrijven dan wel weer een flexibeler bestuur, vanwege het feit dat het bestuur veelal door familieleden wordt gevormd. Typerend is ook dat familiebedrijven een langetermijn-perspectief hebben en dat zij met name continuïteit nastreven.

Winstmaximalisatie op de korte termijn wordt vrijwel niet nagestreefd. Verder geven veel familiebedrijven de voorkeur aan overdracht van het bedrijf aan de kinderen indien zij daartoe over de juiste capaciteiten beschikken en zij hiervoor openstaan. Hierdoor speelt vaak het opvolgings-vraagstuk een rol, omdat er een nauwe samenhang bestaat tussen de familie, het bedrijf en de eigendom. Tot slot kan worden gesteld dat bij familiebedrijven een echte relatie met de klanten hoog in het vaandel wordt gedragen en dat zij meer in personeel investeren.

Meer in het algemeen is gebleken dat de meeste familiebedrijven, in tegenstelling tot andere bedrijven, sterk uit de kredietcrisis zijn gekomen. Al met al voldoende redenen om dit onderwerp in de huidige editie van Brabant Breed eens verder onder de loop te nemen!

Met ondernemende groet,



Niels Vanaken
Bestuurslid Stichting Brabant
Onderneemt



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



16 OP (OF NAAR..) DE BANK?

De benaming 'familiebedrijf' wekt bij velen een positieve associatie op. Familie, betrokken, stabiel en focus op continuïteit. Het is de vraag of de positieve associatie van de term familiebedrijf ook leidt tot een gemakkelijker toegang tot bankkrediet. Want welke criteria hanteren de banken in hun kredietbeoordeling?



32 PENSIOENRECHTEN ZIJN IN GEVAAR

Financierbaarheid Nederlands pensioenstelsel is niet langer houdbaar. Een achterhaald pensioenstelsel, aanhoudende lage marktrente en achterblijvende beleggingsrendementen vormen een gevaarlijke combinatie voor de opgebouwde pensioenrechten van de werknemer in loondienst. De feiten op een rijtje.



44 BEDRIJVEN EN DE COOKIEWETGEVING

Per 5 juni 2012 is de aangepaste Telecommunicatiewet met de nieuwe cookiebepaling van kracht geworden. Die moet de privacy van burgers op internet beschermen. Dat was aanleiding tot enige onrust bij ondernemers. 'Bevat mijn website cookies?', 'Wat zijn de juridische gevolgen als men daar achter komt?'

LEGENDA



Er is een inhoudelijke tip bij het artikel toegevoegd.



U kunt online aanvullende documentatie downloaden.



Er is een film- of geluids-fragment gekoppeld.



Er is een website link toegevoegd aan het artikel.



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



Er is een LinkedIn profiel gekoppeld.



Er is een Twitter account gekoppeld.

Coverstory	2
Familie Hoefnagels: Familiebedrijven zijn creatief en innovatief	
Voorwoord 	4
Rubriek  	6
Online families via Facebook	
Rubriek	7
Familie business	
Gerechtsdeurwaarders   	8
Verjaring van uw vordering	
Subsidies  	10
Familiebedrijven en subsidies	
Advertorial	13
Van Stratum Techniek	
Reclame en marketing  	14
Je wordt een merk met maatwerk	
Bancair  	16
Gezellig met de familie op (of naar...) de bank?	
Reorganisatie 	18
Help, een reorganisatie! Wat nu?	
Rubriek  	20
Werkloos zonder internet?	
Column   	21
De impact is zo sterk... als het zwakste signaal	
Juridisch   	22
FLEX-B.V. & Familiebedrijf: een interessante combinatie	
Topsport	24
Brabant, dé topsportprovincie van Nederland	
Bedrijfsoverdrachten  	26
Ook Brabant wacht een stortvloed aan familiebedrijven in de etalage	
Advertorial	29
Restaurant de Molen	
Redactioneel	30
Brabant Onderneemt agenda	
Pensioen    	32
Pensioenrechten van werknemers zijn in gevaar	
Drukkerij/print    	34
Maatschappelijk verantwoord ondernemen	
Accountancy  	36
Start tijdig met stoppen	
Redactioneel	38
Stichting Brabant Onderneemt	
Energie   	40
Besparen? Betaal ik teveel dan?	
Juridisch   	42
Een mijneveld voor financieel adviseurs?	
Internetmarketing   	44
Wat bedrijven moeten weten over de cookiewetgeving	

ONLINE FAMILIES VIA FACEBOOK

HET IS EN BLIJFT FAMILIE

Familiebanden kunnen worden vastgelegd via Facebook. Door het plaatsen van foto's en video's worden familie en vrienden op de hoogte gehouden van het persoonlijke reilen en zeilen. Maar kan Facebook ook zakelijk goed ingezet worden? Het gigantische Facebooknetwerk heeft meer dan 1 miljard profielen en 845 miljoen unieke maandelijkse gebruikers. Die gebruikers delen dagelijks 250 miljoen foto's en geven 2,7 miljard 'likes' aan 'posts' (berichtjes), plaatjes en pagina's. Ruim de helft van de bezoekers benadert Facebook via de mobiele telefoon en 57% van de gebruikers is vrouw.

Hét voorbeeld op Facebook van familiair gebruik dat toch zakelijk is, zijn de familiebedrijven. Variërend van de slager om de hoek tot Peijnenburg, VDL groep en Blokker, ze worden stuk voor stuk gerund door families. Heineken opereert internationaal en ook daar zetten zij Facebook in voor hun fans.

FAMILIEBEDRIJF	FACEBOOKFANS
Heineken	9.759.849
Ford	1.676.153
Samsung Mobile	15.355.188
Blokker	212
Randstad	14.706
Peijnenburg	12.412
VDL	104

Met een biertje in de buurt heb je over de hele wereld vrienden en met zoveel verwanten wordt het opletten bij het organiseren van een familiefeestje. De meeste Nederlandse merken hebben niet zulke grote getale fans. Kijk maar eens op de lijst op bit.ly/FBlikesbedrijven. De Efteling, AJAX en Vakantievelingen proberen via Facebook consumenten te verbinden aan hun bedrijf of merk. Voor de B2B markt is het vinden van fans op Facebook nog prille liefde. Facebook wordt door veel Nederlanders voorals-nog gezien als een privéplatform.

Als ondernemer is de grens tussen werk en privé echter een vaag begrip. En er wordt ook steeds vaker via Facebook contact gezocht door zakelijke contacten. Ik wil mijn persoonlijke Facebookprofiel slechts openstellen voor familie en vrienden en dus niet voor mijn zakelijke connecties. Het maken van een zogenaemde fanpage op Facebook bood in dit dilemma de

uitkomst: Via mijn fanpagina www.facebook.com/woid040 kan ik een puur zakelijke band aangaan met mijn zakelijke contacten.

Facebook geeft een aantal voordelen boven LinkedIn:

- Goede mogelijkheid tot toevoegen eigen beeldmateriaal in profiel.
- Meer mogelijkheden tot het plaatsen van afbeeldingen en video.
- Berichten worden chronologisch weergegeven.
- Reacties zijn gekoppeld aan een plaatsing.
- Meer mogelijkheden voor het toevoegen van apps. Zie voorbeelden op bit.ly/fanpageapps.

Het zakelijk gebruik van Facebook staat in Nederland nog in de kinderschoenen. Het biedt andere mogelijkheden dan het zakelijke netwerk LinkedIn, maar het geeft vooral nieuwe kansen op en voor familiefeestjes.

Meer informatie over 'likes' op Facebook: bit.ly/9QubZp

Werkboek Fanpage op Facebook:

- bit.ly/fanpagewerkboekpdf
- bit.ly/fanpagewerkibook (iBook voor iPad)



Detlef La Grand
Co-creator en innovator
Detlef@woid.nl
[Detlef](#)
www.linkedin.com/in/detleflagrand

FAMILIE BUSINESS

Ik kan het niet helpen, maar ik moet bij dit thema direct denken aan de film 'The Godfather'. Beelden van maffiose praktijken in de straten van Manhattan. De hechte band binnen de clan en de harde hand naar de buitenwereld. Hoe crimineel ook, het respect, de erecode en de onuitgesproken wederkerigheids-wetten waren inspirerend. Maar ja, dat is Hollywood. Is de werkelijkheid wel zo romantisch als het magistrale drieluik van Francis Ford Coppola?

Zaken doen met outsiders is bij tijd en wijle als topsport, maar alles in het reine houden met je eigen genenpoel is wellicht nog lastiger. Hoe houd je de petten gescheiden? Wat goed is voor de Familie is misschien niet goed voor de Compagnie en vice versa.

Peter is ondernemer en dga van zijn eigen productiebedrijf. Hij houdt zielsveel van zijn drie kinderen die, door een speling van de natuur, tezamen het hele spectrum van de IQ normaalverdeling omvatten. Anne-Fleur, de oudste, is huisarts, strugled met een verstikkende studieschuld en wil zich inkopen in een maatschap. Peerke junior is cum fraude afgestudeerd MTS'er, zit als enige in de zaak en is een betrouwbare aanpakker. Kleine Bert is geen helder licht, maar heeft tijdens de dienstplicht z'n plekje gevonden en is chef rupsband bij defensie. Wanneer Senior besluit zijn aandelen over te dragen, geeft hij elke telg eerlijk een derde deel en trekt zich (met moeite) terug als commissaris. Peerke junior schopt het tot directeur en heeft hart voor de zaak. Hij wil moderniseren en besluit met Pa lief om een aantal jaren geen dividend uit te keren. Totaal onverwacht gaan broer Tankdivisie en zus Esculapus Maximus

Hypothecus ineens dwarsliggen. Ze willen mee beslissen. 'Mène noam sti hiero ok op dunne gevel', scandeert kleine Bert in vloeiend Bredaas. Peerke vindt dat hij als directeur geen toestemming hoeft te vragen voor de geplande investeringen. Pa zit in een spagaat; als vader wil hij zijn kroost gelijk behandelen, maar als commissaris moet hij het bedrijfsbelang behartigen. Ook junior zit met de situatie in zijn maag. De relatie met zijn broer en zus is gespannen en hij kan als directeur zijn beleid niet naar behoren uitvoeren. Bovendien is hij zich ervan bewust dat zijn broer en zus hem als directeur kunnen ontslaan. Ze hebben immers twee derde van de aandelen in handen.

De perikelen van 'normaal zakelijk partnerschap' zijn al geen sinecure. Overgiet dit met een laagje sociaal emotionele Familiesaus en voilà, je hebt de poppen aan het dansen. Een gedragen missie, juist omlinnde verantwoordelijkheden, heldere communicatie, luisterend vermogen en rechtvaardige beslissingsprocessen zijn onontbeerlijk. Meer nog dan bij samenwerkingsverbanden buiten de bloedlijn. Wanneer het namelijk ergens mis gaat, reiken de consequenties verder dan je lief is. Je CEO ontslaan krijgt een compleet andere lading als het gevolg kan zijn dat je daarna je kleinkinderen niet meer ziet.

Remco Claassen



COLUMN

VERJARING VAN UW VORDERING

WANNEER U LANGE TIJD GEEN ACTIE ONDERNEEMT OM UW OPENSTAANDE VORDERING TE INNEN, ZAL NA EEN BEPAALDE TERMIJN UW VORDERING VERJAREN.

Als uw debiteur uw factuur niet betaalt, dan is het in eerste instantie aan u om hem of haar hierop te wijzen. Een goed debiteurenbeheer is dan ook van belang. Vaak zien we bij het MKB dat dit 'het ondergeschoven kindje is'. Het niet tijdig opvolgen van uw openstaande vorderingen brengt wel een risico met zich mee.

Wat is nu eigenlijk verjaring?

Verjaring betekent dat door verloop van tijd een bepaalde vordering niet langer in rechte afdwingbaar is. Volgens het burgerlijk recht heeft u als schuldeiser geen afdwingbare schuld of geen afdwingbare verbintenis meer. Kortom: U heeft dan geen vordering meer!

De verbintenis zelf blijft overigens wel bestaan en wordt aangeduid als een natuurlijke verbintenis. Dat impliceert dat als uw debiteur de verbintenis na de verjaring alsnog nakomt, omdat hij bijvoorbeeld zich er niet van bewust is dat de vordering is verjaard, hij zijn betaling niet kan terugvorderen op

grond van een onverschuldige betaling omdat hij er achter komt dat de vordering ten tijde van de betaling al verjaard was.

Welke verjaringstermijnen kennen wij in Nederland?

Als uitgangspunt geldt een verjarings-

termijn van twintig jaar. Deze termijn geldt ook wanneer u een uitspraak van de rechter heeft, bijvoorbeeld een vonnis. Er zijn echter uitzonderingen waarbij een verjaringstermijn geldt van vijf jaar of minder (en u dus geen uitspraak van de rechter heeft).

Heeft u bijvoorbeeld een vordering tot nakoming van een overeenkomst waarbij uw debiteur u iets moet geven (bijvoorbeeld een geldlening) of iets voor u moet doen, dan geldt een verjaringstermijn van vijf jaar vanaf het moment dat uw vordering opeisbaar is.

Misschien bent u wel verhuurder of ontvangt u periodiek rente, pacht of andere gelden. Dan geldt voor elke

! TIP

Wanneer een vordering verjaard is, zal uw debiteur daar zelf een beroep op moeten doen.

afzonderlijke betalingstermijn een verjaringstermijn van vijf jaar.

Betaalt u onverschuldigd een bedrag – u maakt per abuis geld over op een verkeerde bankrekening – ook dan geldt een verjaringstermijn van vijf jaar. Die termijn gaat in op het moment dat u zich het bestaan van deze vordering realiseert. Deze

! TIP

Laat de mededeling van het stuiten van de verjaringstermijn gebeuren door een deurwaarder zodat u te allen tijde kunt aantonen dat de mededeling is aangekomen bij uw debiteur.

Bij consumentenkoop geldt een verjaringstermijn van twee jaar. Dit betekent dat u als eventuele verkoper na twee jaar geen betaling meer kan afdwingen. We hebben het hier over consumentenkoop. Dat betekent dat er sprake is van een koop tussen particulier en professionele verkoper. Er zijn in Nederland nog meer verjaringstermijnen echter heb ik gemeend de belangrijkste hier te benoemen.

Hoe voorkom ik verjaring?

Het voorkomen van de verjaring noemen we in vaktermen 'het stuiten van de verjaring'. U dient voor het eindigen van de verjaringstermijn actie te ondernemen, anders zal de vordering verjaren en dus niet meer afdwingbaar zijn. Zodra u actie onderneemt, zal de verjaringstermijn opnieuw gaan lopen. De nieuwe verjaringstermijn gaat lopen voor dezelfde termijn als de oorspronkelijke verjaringstermijn. Stuiten kan door een schriftelijke aanmaning of een schriftelijke mededeling waarin u zich

de aanmaning/mededeling uw debiteur moet hebben bereikt. Wordt de ontvangst van deze mededeling door uw debiteur betwist, dan zult u moeten aantonen dat de mededeling wel is ontvangen. Zo kunt u er voor kiezen om de mededeling per aangetekende brief te versturen. Helaas is dit niet zonder risico. Stel dat de postbode de brief niet kan overhandigen, dan zult u nimmer kunnen aantonen dat de aangetekende brief uw debiteur heeft bereikt, mocht uw debiteur zich beroepen op de verjaring. Een oplossing hiervoor is om de aanmaning/mededeling te laten overhandigen door een deurwaarder. Dan weet u zeker dat de mededeling uw debiteur heeft bereikt.

Een andere manier om de verjaring te voorkomen is door het tijdig (binnen de verjaringstermijn) starten van een gerechtelijke procedure tegen uw debiteur waarin u nakoming van zijn verplichting vordert.

Uw debiteur kan – vaak onbewust – de verjaringstermijn ook stuiten doordat hij de vordering erkend. Een erkenning kan in de vorm van een aanbod tot betaling, het vragen van uitstel van betaling of het doen van een voorstel voor een betalingsregeling. Ook hiervoor geldt dat u als schuldeiser moet kunnen aantonen dat de vordering door uw debiteur wordt erkend. Mijn advies is dan ook om schriftelijk een betalingsregeling, uitstel van betaling of een aanbod tot betaling vast te leggen. U kunt uw debiteur natuurlijk ook vragen om zijn voorstel schriftelijk aan u te doen.

“Het voorkomen van de verjaring noemen we in vaktermen 'het stuiten van de verjaring.'”

vordering verjaart in ieder geval na twintig jaar nadat deze is ontstaan.

als schuldeiser het recht op nakoming voorbehoudt. Voorwaarde is wel dat



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



FAMILIEBEDRIJVEN EN SUBSIDIES

ZIEN FAMILIEBEDRIJVEN HUN WERKNEMERS OOK ALS FAMILIE? ZIE JE DAT TERUG IN HET PERSONEELSBELEID VAN HET FAMILIEBEDRIJF? WE GAAN IN GESPREK MET TINY VAN HELVOORT, DIRECTEUR VAN HELVOORT VERKEERSTECHNIEK BV.

Het familiebedrijf VHV is in 2001 opgericht door Tiny van Helvoort. Wat begon met een paar man personeel is inmiddels uitgegroeid tot een toonaangevende onderneming van 25 man sterk. Het moderne en innoverende aanbod bestaat uit tijdelijke en definitieve verkeersmaatregelen. Gezien de snelle groei van het bedrijf was er behoefte en noodzaak om werkprocessen te optimaliseren. VHV klopte hiervoor bij TRIAS aan. VHV heeft door de samenwerking met TRIAS gebruik kunnen maken van ESF subsidie. Tiny: "Het resultaat is dat het kennisniveau van de medewerkers en de personele organisatie weer 'up to date' zijn."

Tiny van Helvoort werkte door de jaren heen voor verschillende bedrijven in de branche van tijdelijke verkeersmaatregelen. In 2001 maakte hij op 50-jarige leeftijd de stap naar het zelfstandig ondernemerschap. VHV was geboren. Met dit bedrijf ging hij samen met de steun van zijn gezin de uitdaging aan. In haar twaalf jarig bestaan heeft VHV een enorme ontwikkeling doorgemaakt.

Wat begon met een paar man personeel is inmiddels uitgegroeid tot een toonaangevende onderneming met een modern en innovatief aanbod aan specifiek materieel afgestemd op de laatste stand van de techniek en trends. VHV is expert op het gebied van tijdelijke en definitieve verkeersmaatregelen. Hierbij staan kwaliteit, innovatie en duurzaamheid centraal. Ondertussen telt de onderneming vijftientig personeelsleden en is ondanks de huidige marktsituatie nog steeds in staat om te groeien. Wat door de jaren heen onveranderd is gebleven, is het familieaspect. Tot op de dag van vandaag zijn nog steeds vijftien van de ongeveer vijftientig personeelsleden direct of indirect familie van Tiny van Helvoort, of van het overige personeel.

Het groeiende bedrijf had behoefte aan bijscholing. Daarnaast was het nodig om de werkprocessen te optimaliseren. TRIAS heeft samen met VHV de mogelijkheden bekeken en geconcludeerd dat ESF-subsidie het beste aansloot. Geld uit het Europees Sociaal Fonds ESF Actie E biedt subsidie aan werkgevers die werkprocessen en werkomstandigheden slimmer organiseren om effectiever te werken. VHV heeft voor deze verbeteringen € 18.000 subsidie ontvangen. Hiermee is 75% van de projectkosten betaald.

De kosten bleven dus laag voor VHV, maar de baten waren enorm. Tiny: "ESF heeft VHV in staat gesteld om arbeidsprocessen te optimaliseren en hierdoor efficiënter te werken. VHV heeft met hulp van ESF de werkdruk kunnen verlagen en doorstroming kunnen verbeteren." Met de ondersteuning van TRIAS heeft VHV het gehele subsidietraject succesvol doorlopen: van aanvraag tot en met de eindafrekening. Alle zorgen werden uit handen genomen. Afrekenen was dan ook geen probleem, inmiddels heeft VHV het geld via Agentschap SZW ontvangen.

Tiny vraagt zichzelf af of een familiebedrijf meer aandacht schenkt

! TIP

Heeft u personeel dat scholing volgt of wil volgen? Maak dan nog snel gebruik van de fiscale stimulans Wet vermindering afdracht onderwijs. Het voordeel kan voor u als werkgever tot in de duizenden euro's lopen!

aan (binding met) haar werknemers. Het ESF-traject is niet speciaal ingezet vanwege het familiale karakter van de onderneming. Wat door het ESF-traject wel is gebleken, is dat het personeel ook in de privésfeer aan elkaar gelinkt is. Het lijkt wel een familie! Bij TRIAS kunnen we de vraag van Tiny ook niet beantwoorden. Het is meer onze onderbuik die zegt dat er misschien toch wel een verband is.

"Tot op de dag van vandaag zijn nog steeds vijftien van de ongeveer vijftientig personeelsleden direct of indirect familie van Tiny van Helvoort."

Inmiddels is het indienen van aanvragen binnen ESF-E niet meer mogelijk: de huidige Europese programmaperiode loopt in 2013 ten einde en het geld is op. Nieuwe kansen doen zich vanaf 2014 voor met de start van de programmaperiode 2014-2020. Maar, op dit moment zijn er ook andere financieringsmogelijkheden voor investeringen in het opleiden van uw personeel, bijvoorbeeld via de sectorfondsen.

De sectorfondsen zijn de opleidings- en ontwikkelfondsen (O&O fondsen) binnen sectoren. Over het algemeen

! TIP

Wilt u investeren in de ontwikkeling van uw werknemers? Kijk dan eens naar de mogelijkheden die uw sectorfonds (Opleidings & Ontwikkelingsfonds) biedt. Hebben zij voordelige cursussen of subsidiëren ze activiteiten die u organiseert?

willen deze fondsen activiteiten subsidiëren die bedrijven verder helpen. Het gaat dan om het optimaliseren van arbeidsvoorwaarden, arbeidsomstandigheden en arbeidsverhoudingen. Bedrijven die bij een dergelijk fonds horen, kunnen aanspraak maken op bijdragen uit zo'n fonds. Per fonds verschillen de mogelijkheden tot subsidiëring van activiteiten, evenals de hoogte van de bijdrage.

Een andere optie is de fiscale stimulans Wet vermindering afdracht onderwijs (WVA). Het doel van deze regeling is het verlagen van de loonkosten van leerlingen, in dienst van uw bedrijf, die een opleiding of scholing volgen. De voorwaarden en hoogte van de WVA per werknemer verschillen, maar het voordeel kan tot in de duizenden euro's lopen. Wees er snel bij, want volgens het nieuwe regeerakkoord wordt deze regeling afgeschaft. Het ministerie van Onderwijs moet een betere regeling bedenken. Je weet maar nooit wat daar uitkomt en hoe lang dat gaat duren.



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





MEER DAN 1 MILJOEN BRABANDERS BEREIKEN?!

INFORMEER NU NAAR DE ADVERTENTIEMOGELIJKHEDEN RONDOM CARNAVAL.

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

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

B OMROEP
BRABANT
HET GEVOEL VAN HIER



JAC VAN STRATUM VAN 'VAN STRATUM TECHNIEK' IN GELDROP:

"VAN STRATUM: NIET 90 JAAR OUD MAAR 90 JAAR JONG"

Ondanks de onzekere economische toekomst zijn er voldoende bedrijven die het hoofd boven water kunnen houden. De duurzame, solide bedrijven blijven overeind, waaronder Van Stratum Techniek. Een technisch installatiebedrijf, dat voortdurend bezig is met de dag van morgen: "Continu blijven verbeteren houdt je jong."

Van Stratum Techniek

Ondanks de leeftijd en ruime ervaring is het aan het Industriepark gelegen bedrijf alles behalve behoudend. "Waar we ons voorheen louter focusten op de installatie van de elektrotechniek, kunnen we tegenwoordig het totale pakket aan techniek verzorgen voor onze klanten", aldus directeur Jac van Stratum (46). Afgezien van de grote naam en faam, kiest Jac er bewust voor zich te concentreren op een relatief klein verzorgingsgebied. "Service is een van onze belangrijkste pijlers. De bedrijven en instellingen waar wij voor werken, zijn in de regio Geldrop/Eindhoven te vinden. Dit omdat we de klant op ieder moment snel van dienst willen zijn."

Zoon op zoon op zoon

Het ontstaan van het bedrijf in 1922 kan absoluut in de categorie 'geluk bij een ongeluk' geplaatst worden. Omdat (opa) Jac in datzelfde jaar door een ongeval van zijn toenmalige baas onverwachts op straat kwam te staan, richtte zijn vader een eigen bedrijfje als elektricien voor hem op. Negen decennia later zijn we al in de derde generatie aanbeland. Sinds 2002 is de kleinzoon van de oprichter directeur en sinds 2007 ook nog eens de trotse eigenaar van het bedrijf. Het stokje overdragen aan een van zijn kinderen (4, 7 en 8 jaar) is voor hem nu dan ook nog niet aan de orde. "Ik zie in alle drie wel een bepaald talent en aanleg, maar het is nu nog te vroeg om daar op vooruit te lopen."

Ambitieuze

Dat Jac van Stratum ambitieus is, blijkt een understatement. Van erkend leerbedrijf tot Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen, hij is elke dag bezig met de toekomst. "Duurzaamheid is een blijvertje, we zijn altijd op zoek naar mogelijkheden om het beste uit het bedrijf te halen. Zo hebben we de ambitie om het beste service- en onderhoudsbedrijf van de regio te worden. Duurzaamheid speelt daar een belangrijke rol in. Daarbovenop willen we eind 2013 gecertificeerd zijn voor stap 4 op de MVO-prestatieladder." Ondanks de huidige economie is Jac niet bang voor de toekomst. "Ook al zit onze branche in de hoek waar de klappen vallen, onze specifieke dienstverlening zal altijd nodig blijven."



Van Stratum Techniek B.V.
Industriepark 13
5663 PG Geldrop
Tel: (040) 28 000 28
Fax: (040) 28 516 65
geldrop@vanstratum.nl
www.vanstratum.nl



OVER HET NIEUWE FUNDAMENT ONDER WONINGBOUW

JE WORDT EEN MERK MET MAATWERK

De crisis op de woningmarkt is natuurlijk maar deels te verklaren door de malaise op de financiële markt. Jarenlang hebben woningcorporaties en ontwikkelaars ons eenheidswoningen door de strot geduwd. Of je nu in de rivierenbuurt of in de waterbuurt woont: het is één pot nat. Dezelfde straten. Dezelfde huizen. Dezelfde voortuintjes. Dezelfde mensen ook? Nee, mensen hebben andere wensen en voorkeuren in wonen. Ze hebben alleen weinig om uit te kiezen.

Maatwerk moet

Consumenten van vandaag eisen transparantie en flexibiliteit. Maatwerk is de norm, vandaag besteld is gisteren leveren. En het zal consumenten een zorg zijn hoe de producent het voor elkaar krijgt. Wie niet mee kan, ligt er heel snel uit. Maar wat met bijvoorbeeld een auto wel kan, kan met een woning vaak niet. Bij veel consumenten wil dat er gewoon niet meer in. Ook woonconsumenten verwachten maatwerk en opties voor een acceptabele prijs. De vraag waar veel woningbouwers mee worstelen is: hoe krijg je dat voor elkaar?

Darten in het donker

De 'fout' die woningcorporaties, ontwikkelaars en ook gemeenten nog regelmatig maken, is dat ze blind varen op cijfers en eigen deskundigheid. Ze verzuimen om toekomstige bewoners te betrekken bij de ontwikkeling van de woningen. En dat staat gelijk aan darten in het donker: de kans dat je de roos raakt, is nihil. Te weinig komt iemand op het idee om toekomstige bewoners te vragen: Hoe wilt u hier eigenlijk wonen? Wat vindt u belangrijk aan uw toekomstige thuis?

Simpelweg vragen wat je klanten willen en daar je aanbod op afstemmen. Je klanten een keuze bieden. Het vermindert de kans op dat je met

"Ieder gesprek, ieder contact, iedere blik op je klant vertelt je meer over eisen die hij of zij stelt aan je product of dienst"

tientallen onverkochte woningen blijft zitten, aanzienlijk.

Consument Gericht Ontwikkelen

Producenten en fabrikanten die te maken hebben met complexe productie- en organisatieprocessen, zoals woningbouwers, komen soms terug van het woord 'maatwerk'. Dat kunnen we helemaal niet, da's veel te moeilijk, daar zijn wij niet op ingericht. De autobranche, met zeer ingewikkelde productieprocessen, laat zien dat het kan. Ook hotels bieden, ondanks de

complexe organisatie aan de 'achterzijde', zoveel mogelijk individuele service. In samenwerking met projectadviesbureau Deef+ schreef Robert en Rademaker een boekje over Consument Gericht Ontwikkelen, het nieuwe fundament onder woningbouw. Het boekje heet 'Darten in het donker' en is gratis te verkrijgen op www.darteninhetdonker.nl. Als voorproefje volgen hier twee korte fragmenten.

Bemint eer ge begint

Klanten: je moet er van houden. Ze willen steeds meer en ze willen er steeds minder voor betalen. Snappen ze dan niet hoe lastig aanpassingen en opties aan een woning zijn?

Nee. Het interesseert ze ook niet, eigenlijk. Je telt een paar honderd-duizend euro neer voor de belangrijkste investering van je leven. Je betaalt een fors deel van je salaris aan huur. Je wilt dat je wensen serieus worden genomen, toch?

Klanten: je móet er van houden. Wat beweegt ze, wat houdt ze tegen? Woningcorporaties zitten op een schat aan informatie over hun klanten.

Ieder gesprek, ieder contact, iedere blik op je klant vertelt je meer over eisen die bewoners stellen aan wonen. Demografisch onderzoek, marktonderzoek en lokale makelaars vertellen je de rest.

- Wat is de huidige situatie in een wijk of dorp?
- Wat is de gewenste situatie in een wijk of dorp?
- De gewenste situatie- de huidige situatie het programma dat je wilt ontwikkelen.

De omgekeerde vastgoedwereld

Een autofabrikant als Audi kent de typische Audi-rijder van haver tot gort.

Merkkleding, favoriete uitgaans-gelegenheid, uitgavenpatroon, cultuur-consumptie, soort beroep, lifestyle: alles. En toch biedt Audi een auto op maat aan. Van bekleding tot buitenspiegel: de keuze is aan de klant.

Audi investeert aan de voorzijde van het productieproces veel geld om aan de achterzijde nóg meer geld te verdienen. In de vastgoedbranche wordt nog te vaak pas over klanten nagedacht als de ontwerpen definitief zijn en de maquette op tafel staat. En da's natuurlijk de omgekeerde wereld. Want niet alleen heeft een 55-jarige andere woonwensen dan een 25-jarige: een senior in de

binnenstad wil een ander leven dan zijn leeftijdsgenoot op het platteland. En dus een andere woning.

TIP

- Onderzoek de interesses van je klanten.
- Ontwikkel een product dat in de basis aansluit op hun wensen.
- Geef je klanten de vrijheid om er van af te wijken.



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

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



MAKEN BANKEN IN HUN KREDIETBELEID ONDERSCHIED
TUSSEN FAMILIEBEDRIJVEN EN OVERIGE BEDRIJVEN?

GEZELLIG MET DE FAMILIE OP (OF NAAR...) DE BANK?

De benaming 'familiebedrijf' wekt bij velen een positieve associatie op. Familie, betrokken, stabiel, focus op continuïteit, en ga zo maar door. Los van de vraag of de classificaties werkelijk opgeld doen is het de vraag of de positieve associatie van de term familiebedrijf ook leidt tot een gemakkelijker toegang tot bankkrediet. Om dat te beoordelen wordt in dit artikel achter-eenvolgens beschreven:

- Welke kenmerken zijn specifiek zijn voor familiebedrijven?
- Welke criteria hanteren banken in hun kredietbeoordeling?

Daarna worden de kenmerken van het familiebedrijf getoetst aan de beoordelingsnormen van banken. Zo krijgt u antwoord op de vraag: wat is de invloed van de specifieke kenmerken van het familiebedrijf op de bancaire beoordeling?

Wat zijn specifieke kenmerken van een familiebedrijf? Zonder exacte definitie heeft ieder voor zich een idee van wat een familiebedrijf is. Vaak is er sprake van het samenwerken (en opvolgen) van twee of meer generaties. Aan een familiebedrijf worden diverse (gedrags-) kenmerken toegekend, zoals:

1. Persoonlijke betrokkenheid

Het bedrijf zit als het ware 'in de genen' van de familieleden. Men is vergroeid met de onderneming.

2. Passie

De betrokkenheid uit zich vaak in een grenzeloze drive bij de ondernemings-leiding.

3. Hiërarchie

Daar waar in een bedrijf de oprichter en second generation samenwerken is de rol en positie van de oprichter bijna onaantastbaar. Als de grote

visionair wordt hij soms blind gevolgd. Pas als de oprichter terugtreedt, ontstaat er ruimte voor verandering, creativiteit en vooruitgang.

4. Vermogensstructuur

Hoewel verschillende onderzoeken geen eensluidende uitkomsten geven, bestaat de indruk dat familiebedrijven vaak goed gekapitaliseerd zijn: relatief veel eigen vermogen en relatief weinig (bank)financiering.

5. Het grote belang van samenwerking en relaties

Familiebedrijven creëren veelal goede voorwaarden voor langdurige relaties. Zowel met medewerkers als leveranciers als klanten. Continuïteit in relaties is een familiaal kenmerk bij uitstek.

6. Motie versus professionaliteit

De ratio wordt op cruciale beslissingsmomenten overstemd door de emotie. Een overstemming die tot onverwachte beslissingen kan leiden. De vraag is:

Zijn deze kenmerken van invloed op de beoordeling door een bank? En zo ja, in positieve of negatieve zin? Een bank heeft een aantal criteria waaraan ze kredietaanvragen toetst. Zonder uitputtend te zijn, noem ik relevante criteria:

1. Branche

Banken volgen sectoren en branches voortdurend en passen hun kredietbeleid aan aan de actuele ontwikkelingen.

2. Markt

Het krachtenspel in een (deel)markt is mede bepalend voor de succeskans in betreffende markt. Ben je groot, klein, zit je in een niche? Kan je het prijsgevecht aan, of juist het kwaliteitsgevecht in de sector?

3. Levensfase markt en bedrijf

De risicobeoordeling van een starter in een nieuwe markt wijkt duidelijk af van het risico van een reeds twintig jaar gevestigd bedrijf in een stabiele markt zoals de voedselmiddelensector.

4. Kwantitatieve analyse

Cijfers uit het verleden vormen geen garantie voor de toekomst. Maar, ze vormen wel de basis voor de bancaire beoordeling.

5. Terugbetalingscapaciteit

Een bank beoordeelt of de kredietvrager in staat is de rente en aflossingen van het gevraagde krediet op te brengen. Hoe goed de resultaten in het verleden ook zijn geweest: de vraag is of de oude resultaten voldoende zijn om de toekomstige verplichtingen uit hoofde van de kredietverstrekking te kunnen opbrengen.

6. Zekerheden

Bankiers kennen een beperkte dekkingswaarde toe aan de zekerheden (hypotheek, verpanding voorraad, debiteuren, etc.). Daardoor ontstaat vaak een rekenkundig dekkingstekort (de waarde van de dekking is geringer dan de omvang van het krediet). Dit vormt een belemmerende factor bij de toekenning van het krediet.

7. Persoonlijke betrokkenheid

In aanvulling op de zakelijke zekerheden worden persoonlijke zekerheden verlangd in de vorm van bijvoorbeeld een privé borgstelling en/of een solvabiliteitsgarantie. Wanneer een ondernemer deze privé betrokkenheid niet wenst te geven, krijgt de ondernemer van de bank de indicatie 'ondernemer die de risico's bij de bank wil leggen'.

8. Creditrating

Cruciaal in het bankbeoordelingsproces is de rating die aan een bedrijf wordt toegekend. Die wordt vastgesteld in een black box waarin branchegegevens, klantgegevens en de jaarrekeningen van het bedrijf worden geanalyseerd. De analyse is gebaseerd op statistische tabellen en leidt tot een krediettechnisch rapportcijfer.

Wat blijkt nu: het feit of er al dan niet sprake is van een familiebedrijf, heeft geen invloed op de bancaire beoordeling. Branche, markt,

levensfase, cijferanalyse, terugbetalingscapaciteit, zekerheden en creditrating worden er niet door beïnvloed. Resteert de betrokkenheid. Een grote persoonlijke betrokkenheid is een welkome aanvulling maar geen compensatie, indien een familiebedrijf op de gebruikelijke criteria onvoldoende scoort. Kortom: ondanks het wellicht sympathieke karakter van een familiebedrijf leidt het feit dat een onderneming een familiebedrijf is op zich niet tot een grotere kans op kredietverstrekking door een bank. Een bank redeneert vanuit risico en rendement. Voldoet een kredietaanvrager aan die criteria, dan wordt men als kredietwaardig beoordeeld, ongeacht het al dan niet familiale karakter van de onderneming.



Fons Huijgens

Bankier zonder bank
fons@debankdebaas.nl
nl.linkedin.com/pub/fons-hijgens/18/51/55
www.debankdebaas.nl

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



Onderdeel van:



HELP, EEN REORGANISATIE! WAT NU?

Zowel medewerkers als leidinggevend vinden het lastig om in geval van een reorganisatie 'de moed er in te houden'. Hoe voorkom je dat de arbeidsproductiviteit voor, tijdens en na een veranderingsproces daalt tot het nulpunt? En wellicht belangrijker: hoe kom je als werknemer ongeschonden uit de strijd? Trainer/coach Pia Peltzer schreef er een boek over: "Hoera, reorganiseren! En ik dan...?"



"Zodra er sprake is van een reorganisatie binnen een onderneming, zakt de moed bij veel medewerkers en leidinggevend al in de schoenen", vertelt Peltzer. "Het personeel voelt prima aan als er iets gaande is binnen de organisatie. En als er niet of niet goed gecommuniceerd wordt over wat er staat te gebeuren, dan dreigt zo'n situatie al gauw te vervallen in een negatieve spiraal. Medewerkers gaan speculeren bij de koffieautomaat over wie er wanneer kan vertrekken. Leidinggevend daarentegen houden liever hun mond. Zij weten vaak ook niet wat de directie in petto heeft. Resultaat: een slechte sfeer en een dalende arbeidsproductiviteit."

Praten, praten, praten

"Ik adviseer directie- en MT-leden altijd om al te beginnen met communiceren zodra er onrust is te bespeuren. Besteed dat niet enkel uit aan je HR-functionarissen, maar ga zelf de vloer op. Laat de softe kant van jezelf zien: maak een praatje, vraag oprecht hoe het met de mensen gaat en luister naar de antwoorden, informeer hen daar waar nodig en daar waar mogelijk. Ook als er nog niks duidelijk is, communiceer dat. Blijf in contact met je leidinggevend

en je medewerkers. Het helpt echt om dit het gedurende het hele proces consequent te blijven doen. Dit geldt zeker ook voor leidinggevend en hun team. Vaak zijn de leidinggevend een groep waarvoor de organisatieplannen en de plannen voor hun eigen positie ook onduidelijk zijn, terwijl zij wel de meeste vragen van de vloer krijgt. Dikwijls worden er gaandeweg het proces ook mobiliteitsadviseurs ingeschakeld. Deze mensen kunnen meer voor de medewerkers betekenen dan zij in eerste instantie denken."

Aandacht loont

"En dan is het zover de ontslagen zijn gevallen en vertrokken. Een aantal medewerkers blijft achter. Achterblijvers zijn vaak een vergeten doelgroep. Eenzaamheid kan er de boventoon voeren. Dat is niet vreemd, want die vertrouwde, directe collega's zijn weg. En nu? Hoe krijg je je team weer lekker gemotiveerd? Best lastig als je als leidinggevende ook maar hebt mee te bewegen met de veranderingen. Ook hier geldt: aandacht is de succesfactor. Schakel een coach in. Een specialist die weet hoe medewerkers hun gedrag aan kunnen passen

aan de nieuwe situatie, maar ook kunnen fungeren als motivator voor de leidinggevende. Leidinggevend zijn ook mensen! Dit niveau binnen de organisatie zit net zo goed met onzekerheden. Het is heel prettig om in een veranderingsproces een neutraal figuur te hebben om mee te sparren, zowel zakelijk als persoonlijk. Het helpt je je bewust te maken van je eigen kunnen, je eigen mogelijkheden en je eigen verantwoordelijkheden.

Een coach kan een cruciale rol spelen voor, tijdens en na de reorganisatie. Het in gesprek gaan met medewerkers en leidinggevend, hen hun verhaal laten ventileren en tot inzicht laten komen. Dat werk is absoluut goud waard voor de organisatie, al is het alleen maar in de vorm van een goede sfeer!"

Levend voorbeeld voor vijftigplussers

"Alles wat ik heb beschreven, is mij ook overkomen: het gekonkel, de



machtsstrijd, overplaatsingen, collega's die van de één op de andere dag vertrokken, noem maar op. Tijdens die reorganisatie behoorde ik met enkele collega's tot de achterblijvers. Ik mocht blijven! Maar was ik daar wel zo happy mee? Toch bleef ik hangen, want een vaste baan geeft toch zekerheid? Juist vanwege die zekerheidsgeachte durfde ik geen beslissing te nemen en ondertussen werd ik diepongelukkig op mijn werk. Ik kon een boek vol schrijven over de do's en don'ts tijdens een reorganisatie. En ik was me er totaal niet van bewust dat een reorganisatie ook kansen en mogelijkheden biedt. Zo zag ik niet in dat die voor mij oh zo belangrijke 'zekerheid' een soort schijnveiligheid was. Tot een collega

van me riep dat hij het heft in eigen handen had genomen. Hij had zijn ontslag ingediend en is voor zichzelf begonnen. Zijn opmerking raakte me: het heft in eigen handen nemen. Dat zette mij flink aan het denken, wikkelen en wegen. En uiteindelijk zei ook ik mijn baan op en startte ik als zelfstandig trainer/coach. Ik was toen 53 jaar en besloot om mijn droom in vervulling te laten gaan: het schrijven van dit boek. Ik denk echt dat ik het levende voorbeeld ben voor alle vijftigplussers die het heft in eigen hand heeft genomen: neem die stap, verzamel mensen om je heen die goed voor je zijn en geloof in jezelf. Voor mij was het de beste beslissing ooit!"

"Ik adviseer directie- en MT-leden altijd om al te beginnen met communiceren zodra er onrust is te bespeuren."



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





TOP JOBS

Account Manager Healthcare bij Medela

Gevestigd te 's-Hertogenbosch in Nederland, is een dochter van het Zwitserse Medela AG. Medela ontwikkelt, produceert en verkoopt wereldwijd de modernste borstkolven en borstvoedingshulpmiddelen.

Marketingcommunicatie & Sales Manager

Interchemie Werken De Adelaar BV is een snel groeiende en internationaal opererende organisatie actief in het produceren en verkopen van diergeneesmiddelen. Naast het hoofdkantoor in Waalre heeft zij verkoopkantoren in Estland en een productielocatie in Venray.

Sales Engineer buitendienst bij Hydac

Dit wereldwijd opererend concern, is de partner voor de algehele machinebouw. De organisatie levert hydraulische componenten, subsystemen en service die hun toepassing vinden in de offshore en maritiem, industrie, machinebouw en in de mobiele en landbouw sector.

Q&R Technician bij Teledyne Dalsa

Teledyne DALSA Professional is specializes in the Research & Development, Design and Manufacturing of high-performance CCD and CMOS image sensors and X-ray detectors. Teledyne DALSA's image sensors and detectors are used worldwide in the most demanding medical and dental imaging, aerial photography and professional digital still camera.

Account Manager bij Continental Rack

Producent en leverancier van hoogwaardige rekken, magazijn- en winkelinrichting en totaaloplossingen voor diverse toepassingen.

Kijk voor meer informatie op:

- www.brabantbreed.nl/vacatures
- www.carriereinbrabant.nl



WERKLOOS ZONDER INTERNET?

END OF STORY!

Werk zoeken via de krant is niet meer van deze tijd. De traditionele printmedia worden met de neus op de feiten gedrukt. Advertentieopbrengsten dalen dramatisch. Winsten van bedrijven als De Telegraaf verdwijnen als sneeuw voor de zon. De arbeidsmarkt speelt zich steeds meer af op het wereldwijde web. Ontwikkelingen volgen elkaar in rap tempo op. Zelfs zo snel dat de 'oudere' werkzoekende het vaak niet meer kan volgen of bijbenen. Een gemiddelde vijftigplusser zonder social media (facebook, twitter), die zijn desktop gebruikt voor internetbankieren, af en toe een e-mailtje verstuurt en eenvoudig surfgedrag vertoont op het net, kan het helemaal vergeten. Op die manier heb je geen schijn van kans op de arbeidsmarkt. Mijn oudste zoon (25) deed het afgelopen week nog een keer voor: sollicitatie verstuurd per e-mail, van een aantal oudere opnames filmpje op YouTube gezet, link toegevoegd in de digitale sollicitatiebrief en klaar was ie. Binnen vierentwintig uur had hij een digitale uitnodiging voor een eerste kennismaking binnen.

Als we de ontwikkelingen van de afgelopen jaren overzien, kunnen we constateren dat het tempo waarin de arbeidsmarkt verandert enorm is. Ook mogen we veronderstellen, dat ons nog heel wat te wachten staat. Video cv's zullen in de komende jaren flink aan terrein winnen. Sollicitanten screenen via Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube e.d. zal meer regel dan uitzondering zijn. Wellicht zullen zelfs de sollicitatiegesprekken tot het verleden behoren. Je solliciteert per e-mail met links naar social media, videopresentaties en je eigen presentatie pagina 'in the cloud'. De nieuwe werkgever kan direct online de sollicitanten bekijken, beoordelen,

screenen en de beste aannemen. Een verdere flexibilisering van de arbeidsmarkt, als gevolg van te verwachten aanpassingen van de wettelijke kaders, zal er voor zorgen dat ook weer snel afscheid genomen kan worden van verkeerde keuzes.

Alles overziend mogen we concluderen dat de arbeidsmarkt flink zal gaan veranderen als gevolg van ontwikkelingen in de digitale wereld. Als je als sollicitant dan niet met de digitale mogelijkheden bekend bent of deze onvoldoende beheerst, zul je steeds vaker achter het net vissen met solliciteren. Vijftigplussers die nog aan de slag willen, kunnen, wat ons betreft, van het UWV beter een ICT-cursus 'Gebruik van internet en social media' aangeboden krijgen dan de cursus 'Persoonlijk presenteren'!



Nico Hoenen

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

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



DE IMPACT IS ZO STERK...

...ALS HET ZWAKSTE SIGNAAL.

Niets geeft zoveel impact bij de introductie van uw nieuwe product, dienst, visie- of missiestatement als een goed geproduceerde trailer of korte moodfilm. Uiteraard grootbeeld en op flink volume gepresenteerd aan de directe doelgroep en pers tijdens de kick-off meeting. Niets is aan uw aandacht ontsnapt: perfecte locatie, sfeervolle aankleding, gepaste catering, inspirerende uitnodiging én... een overweldigende film. Totdat er op play wordt gedrukt en het geluid niet sync blijkt, de video hapert of, nog erger, het scherm blijft zwart ...

Een nachtmerrie? Ja. En helaas ook al te vaak realiteit. Sterker nog: zelden zie ik audiovisuele presentaties góed gaan. En niet bij de minste partijen. Grootse, internationale kick-offs van merken, producten, evenementen, sprekers van naam en faam: geluid niet sync, haperende beelden, trage instarts (héél genant) of beeld op zwart. En natuurlijk worden wij als maker erop aangekeken. Onze naam staat immers op de aftiteling (die, je zal het altijd zien, net wél goed in beeld komt). Maar 'produceren van audiovisuele producties' is toch écht een ander vak dan 'podium- en evenemententechniek'.

En ik begrijp die technicus ook wel. Er moet van de opdrachtgever namelijk altijd nog even dit filmpje, dit logo of deze PowerPoint op het laatste moment ingevoegd worden en op zo'n moment denkt hij 'de klant is koning' en zegt: "Maar natuurlijk". Niet wetende dat juist dát bestand een virus heeft, een bug of door de gigantisch bits en bytes je hele presentatie vertraagt. Laatst was ik op zo'n gigantische kick-off. Kosten nog moeite waren gespaard. 360° presentaties van films, animaties, foto's en een live videoregistratie van de sprekers. Ondanks dat het geluid niet sync was en één filmpje haperde, was de presentatie nog alleszins indrukwekkend. Totdat ik de technici

sprak: we hadden maar een derde van de totale presentatie meegekregen... Moraal van dit verhaal: bezuinig niet op de presentatie van audiovisuele content. Erken dat het een vak is en ben als opdrachtgever net zo kritisch op de technische presentatie als op de punten en komma's in de speeches, films, de uitnodiging, de locatie of de hapjes. Zorg dat je te allen tijde een volledige doorloop van de presentatie doet, inclusief het volledig afspelen van alle content. En spreek met je leverancier van de techniek af wanneer de deadline is voor het aanleveren van content voor in de presentatie, óók voor extern aangetrokken sprekers. En laat je niet verleiden hiervan af te wijken.

Want wat me het meest frustriert: alle energie die gestoken is in de audiovisuele productie voor dat ene, allesbeslissende moment, wordt zo compleet teniet gedaan. Kortom: de impact is net zo sterk als het zwakste signaal.

Bent u op zoek naar een bedrijf dat het vak 'podium- en evenemententechniek' verstaat? Via onderstaande link vindt u een lijst van bedrijven waar wij positieve ervaring mee hebben: bit.ly/10klmX3



Jeroen Veldkamp is directeur / eigenaar van Veldkamp Producties BV en produceert al meer dan 17 jaar uiteenlopende commercials, televisie-, film- en videoproducties voor bedrijven, instellingen, overheid en omroepen. Daarnaast wordt hij regelmatig als marketing- en communicatiespecialist gevraagd voor adviezen en lezingen. In Brabant Breed deelt hij met u wat hem bezig houdt in de media. Mét tips en tricks...



Jeroen Veldkamp

jeroen@veldkampproducties.com
[Jeroen_Veldkamp](#)
www.linkedin.com/in/veldkampjeroen
www.veldkampproducties.com

FLEX-B.V. & FAMILIEBEDRIJF: EEN INTERESSANTE COMBINATIE

Met ingang van 1 oktober 2012 is de Wet vereenvoudiging en flexibilisering BV-recht (lees: Flex-BV) in werking getreden. De overheid wil startende ondernemers tegemoet komen zodat zij eenvoudiger een BV kunnen oprichten. Daarnaast is het handig om te weten dat de Flex-BV ook voor familiebedrijven interessante mogelijkheden biedt.

“De Flex-BV biedt mogelijkheden om na een bedrijfsopvolging een oogje in het zeil te kunnen houden.”

Bedrijfsopvolging en continuïteit spelen binnen familiebedrijven een belangrijke rol. Klanten zijn gehecht aan een bepaald product met een bepaalde kwaliteit. Ook degene die de onderneming drijft is belangrijk. Vaak bestaat er namelijk een langdurige relatie tussen de klant en de onderneming.

Op het moment dat de jonge garde het roer van het familiebedrijf overneemt, staat er veel op het spel. Zo is het van belang om een goede reputatie te behouden en de continuïteit te waarborgen. Het is immers mogelijk dat de jonge garde het roer rigoreus wenst om te gooien en aanzienlijke investeringen wenst te doen. Daar is op zich niets mis mee, tenzij de oude garde dat echt niet ziet zitten.

De Flex-BV biedt mogelijkheden om na een bedrijfsopvolging een oogje in het zeil te kunnen houden.

Verschillende soorten aandelen
Sinds de invoering van de Flex-BV is het mogelijk om verschillende soorten aandelen te creëren. Zo is het mogelijk om aandelen te creëren

waaraan alleen een stemrecht of winstrecht is verbonden. De aandelen waaraan stemrecht is verbonden, kunnen dan worden gehouden door de oude garde en de aandelen waaraan een winstrecht is gekoppeld door de jonge garde. Zo is het mogelijk om toch de nodige invloed te behouden wanneer het aankomt op het nemen van belangrijke beslissingen.

Doordat het mogelijk wordt om aandelen met alleen een winstrecht te creëren, kan worden afgezien van het certificeren van aandelen.

TIP

Denk tijdig aan de bedrijfsopvolging en de wijze waarop u dit wenst vorm te geven.

Instructiebevoegdheid algemene vergadering aandeelhouders

Tot de invoering van de Flex-BV was het uitgangspunt dat het bestuur zelfstandig handelt. De algemene vergadering van aandeelhouders had slechts de mogelijkheid om aanwijzingen te geven

met betrekking tot het algemene beleid. Met de invoering van de Flex-BV wordt het voor aandeelhouders echter mogelijk om bindende instructies te geven aan het bestuur. Indien de jonge garde het bestuur van de onderneming vormt, kan de oude garde in de hoedanigheid van aandeelhouder dus specifieke instructies geven aan het bestuur.

Uitvoerende en niet-uitvoerende bestuurders

Naast de invoering van de Flex-BV wordt zeer (waarschijnlijk) per 1 januari 2013 de Wet bestuur en toezicht ingevoerd. Deze wet maakt het mogelijk om het bestuur van de onderneming te laten bestaan uit uitvoerende en niet-uitvoerende bestuurders. Er komt dus een alternatief voor de invoering van een raad van commissarissen.

De uitvoerende bestuurders worden belast met de dagelijkse gang van zaken. De niet-uitvoerende bestuurders kunnen dan toezicht houden op de uitvoerende bestuurders. In de statuten van de onderneming kan vervolgens worden bepaald welke beslissingen door uitvoerende bestuurders mogen worden genomen en welke niet. Op deze wijze kan de oude garde als niet-uitvoerend bestuurder de nodige controle behouden.

Blokkeringsregeling

Met de invoering van de Flex-BV is een blokkeringsregeling niet langer verplicht. Een blokkeringsregeling bepaalt wat er moet gebeuren indien een aandeelhouder zijn/haar aandelen wil overdragen aan een derde. Bij een familiebedrijf kan het van belang zijn dat het familiale

karakter behouden blijft en dat een willekeurige derde niet zomaar aandelen kan verkrijgen. Dit kan een reden zijn om een reeds bestaande blokkeringsregeling in de statuten nog eens goed onder de loep te nemen en waar nodig aan te passen.

TIP

Laat bestaande statuten controleren en waar nodig aanpassen door een gespecialiseerde advocaat/notaris.

Conclusie

Zoals u ziet biedt de Flex-BV een aantal instrumenten om na een bedrijfsopvolging een oogje in het zeil te kunnen houden.



Délon Vielvoye
Advocaat
d.vielvoye@holla.nl
www.linkedin.com/company/holla-advocaten
[Hollaadvocaten](http://Hollaadvocaten.nl)

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

holla
advocaten





BRABANT, "DÉ TOPSPORTPROVINCIE VAN NEDERLAND"

Al geruime tijd geldt de provincie Noord-Brabant als dé topsportprovincie van Nederland. Op de Olympische Spelen, EK's en WK's worden de meeste medailles behaald door onze eigen Brabantse sporthelden. De stichtingen Sportservice Noord-Brabant, Olympisch Netwerk Brabant en Topsport Brabant zetten zich dagelijks in om deze unieke positie ook in de toekomst te behouden. Hierbij wordt niet alleen veel aandacht besteed aan de topsport, maar juist de Brabantse breedtesport speelt hierin een essentiële rol. Het verder ontwikkelen van de sport gebeurt binnen onze provinciegrenzen op een typisch Brabantse manier, namelijk door het aangaan van samenwerkingsverbanden.

Publiek-private samenwerking in de sport

De Brabantse samenleving wordt op tal van vlakken gekenmerkt door samenwerkingen, waarbij gezamenlijke ambities dienen te leiden tot win-win situaties. Als spin-in-het-web draagt Sportservice Noord-Brabant/Topsport Brabant zorg voor een goede en gezonde samenwerking tussen sportorganisaties, de overheid en het bedrijfsleven. Ook binnen de recente politieke ontwikkelingen speelt deze publiek-private samenwerking in de sport een steeds prominentere rol.

Sportservice Noord-Brabant, het Olympisch Netwerk Brabant en Topsport Brabant betrekken het bedrijfsleven bij de ontwikkeling en ondersteuning van zowel de topsport als de breedtesport. Binnen de provincie Noord-Brabant draagt het bedrijfsleven bijvoorbeeld bij aan de ondersteuning van topsporters en talenten. Daarnaast neemt de betrokkenheid bij maatschappelijke

projecten gericht op sport en bewegen binnen het bedrijfsleven steeds verder toe.

Maatschappelijke functie binnen Brabantse breedtesport

Met sport als werkgebied staat Sportservice Noord-Brabant/Topsport Brabant midden in de maatschappij. Zeker binnen de Brabantse breedtesport komt onze maatschappelijke functie duidelijk naar voren. Dit heeft te maken met ons zeer gevarieerde aanbod aan maatschappelijke projecten, welke wij opzetten, begeleiden en uitvoeren binnen de Brabantse gemeenten.

Deze maatschappelijke projecten zijn bijvoorbeeld gericht op sportstimulering onder kinderen en ouderen. Ook de aandacht voor de gehandicaptensport neemt snel toe. Dit is bijvoorbeeld zichtbaar door de Brabant brede

samenwerking om het sportaanbod voor Brabanders met een beperking verder te optimaliseren. Op deze manier krijgt de gehandicaptensport in Brabant meer aandacht dan enkel tijdens de jacht op medailles tijdens de Paralympische Spelen, zoals afgelopen zomer in Londen.

Faciliteitenennetwerk binnen de Brabantse topsport

De jacht op medailles op Olympische Spelen, Paralympische Spelen, EK's en WK's vormt het absolute hoofddoel van onze Brabantse topsporters en talenten. Het lange proces naar dit hoofddoel dient zorgvuldig begeleid en ondersteund te worden. Op deze manier hoeven de sporters zichzelf uitsluitend bezig te houden met de sport en het verder ontwikkelen van het eigen talent.

Het Olympisch Netwerk Brabant heeft ten behoeve van de Brabantse topsporters en talenten een faciliteitenennetwerk opgebouwd. Deze faciliteiten zijn beschikbaar voor zowel talentvolle sporters als voor sporters met een A-, B- of HP-status die ingeschreven staan bij het Olympisch Netwerk Brabant.

Een partnership op maat

Naast het hierboven genoemde faciliteitenennetwerk wordt de dagelijkse begeleiding vanuit het Olympisch Netwerk Brabant verder vorm gegeven door de stichting Topsport Brabant. Via deze weg wordt ook het bedrijfsleven betrokken bij de begeleiding en ondersteuning van de Brabantse sporters. Deze samenwerking met het

bedrijfsleven wordt officieel ingevuld door het aangaan van een partnership.

Via een partnership met Topsport Brabant investeert een bedrijf op financiële en/of facilitaire wijze in de Brabantse sport en treedt het toe tot de businessclub met gegarandeerde branche-exclusiviteit. Naast deze branche-exclusiviteit biedt Topsport Brabant diverse tegenprestaties, waar een bedrijf als partner gebruik van kan maken. Binnen deze tegenprestaties wordt veelal gebruik gemaakt van vier speerpunten, te weten naamsbekendheid & exposure, new business & relatiemarketing, imago en HRM.

De invulling van een partnership wordt gebaseerd op de primaire wensen en behoeften vanuit een bedrijf. Een in overleg samengestelde mix van tegenprestaties en een gezamenlijk overeengekomen investering vanuit het bedrijf leiden tot op maat gemaakte partnerships. Dit zorgt voor een goede basis om de partnership tot een beoogde win-win situatie te laten leiden. Bestaande partnerships wijzen uit dat investeringen in de Brabantse sport leiden tot uiteenlopende kansen voor het bedrijfsleven.

In de ogen van Sportservice Noord-Brabant, het Olympisch Netwerk Brabant en Topsport Brabant zorgt de Brabantse drang tot samenwerking voor de sterke positie die wij als regio bekleden. Op deze manier zetten we in Brabant sport succesvol in als doel en als middel en zijn we niet alleen op sportgebied dé provincie van Nederland...

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.dandenkjeeanbrabant.nl



OOK BRABANT WACHT EEN STORTVLOED AAN FAMILIEBEDRIJVEN IN DE ETALAGE

KANSEN VOOR ONDERNEMERS IN HET MKB

Wist u dat steeds meer familiebedrijven de opvolging buiten de familie regelen, meer dan 50% van de Nederlandse bedrijven uit familiebedrijven bestaat en dat de komende jaren tienduizenden ondernemers de pensioengerechtigde leeftijd bereiken?

“belangrijkste aspect bij iedere bedrijfsoverdracht en zeker bij de overdracht van een familiebedrijf, is het emotionele aspect.”

Bovengenoemde ontwikkelingen zorgen er voor dat de komende jaren een stortvloed aan familiebedrijven in de 'etalage' komt te staan. Dit biedt perspectief voor ambitieuze medewerkers, young professionals en strategische overnamekandidaten.

Wanneer de opvolging van een familiebedrijf niet binnen de familie wordt geregeld, zijn er de volgende overdrachts/opvolgingsmogelijkheden:

- 1. Management BuyIn (MBI): een persoon van buiten de onderneming koopt de onderneming;
- 2. Management BuyOut (MBO): het zittende management koopt de onderneming;
- 3. Verkoop aan een externe partij.

 **TIP**

Steek uw tijd in een gedegen voorbereiding.

De aspecten als beschreven in dit artikel worden in de overnamepraktijk als meest relevant ervaren bij de overname van een familiebedrijf door één van de genoemde drie groepen.

Kenmerken van een familiebedrijf
De volgende kenmerken van een familiebedrijf dienen tijdens overdrachtsproces niet onderschat te worden:

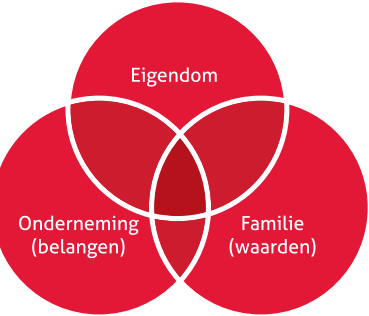
- Er is sprake van een sterke bedrijfscultuur (normen, waarden, gewoontes en tradities);
- Er is sprake van wederzijdse betrokkenheid;
- Het ondernemerschap is vaak creatief, innovatief en flexibel;
- De leiderschapsstijl is vaak autonoom, autoritair en centralistisch;
- Imago, trots, ego en de betrouwbaarheid van de familienaam/onderneming spelen een belangrijke rol.

Voorname kenmerken leiden vaak tot een groot commitment, waardoor medewerkers flexibel omgaan met werk, tijd en vergoedingen. De samenstelling van het personeels-bestand is vaak ook tot stand gekomen op basis van deze kenmerken. Zo zijn sleutelfiguren binnen familiebedrijven regelmatig familieleden. Zij blijven vaak langer in de functie dan sleutel-figuren binnen een niet familiebedrijf. Dit kan een weerslag hebben op de carrièremogelijkheden, groeimogelijkheden, het ambitieniveau van niet-familieleden en het aanstellen van professioneel leiderschap.

Het feit dat de directie van veel familiebedrijven uit maximaal twee personen bestaat, leidt in de regel tot een platte organisatie met grote besluitvaardigheid. Door die besluitvaardigheid en de aanwezige creativiteit is het familiebedrijf vaak in staat om snel op veranderingen in de markt in te spelen.

Om de bedrijfsdoelen te bereiken is de leiderschapsstijl hierbij dikwijls meer gericht op het individu en minder op teamwork. Het imago en betrouwbaarheid van de familie-naam/onderneming vormen een onderliggende waarde. Een aspect dat zich zowel intern als extern uit in gedragingen en communicatiestijlen.

Voorname eigenschappen dragen bepaalde karakteristieken met zich mee. Immers, familiewaarden gaan in het familiebedrijf hand in hand met bedrijfsbelangen.



Valkuilen bij overname
Nog te vaak wordt in het kader van 'goed vertrouwen' door koper en verkoper één gezamenlijke adviseur ingeschakeld. Met name wanneer de opvolging wel in de familie wordt geregeld, is de accountant vaak de adviseur van beiden. Een adviseur kan echter niet voor twee partijen, met een tegengesteld belang, een optimaal resultaat bereiken.

Vaak onderschat, maar wel het belangrijkste aspect bij iedere bedrijfsoverdracht en zeker bij de overdracht van een familiebedrijf, is het emotionele aspect. Zorg dat er een antwoord is op de volgende vragen:

- Wat gebeurt er met de bedrijfs(familie)naam?
- Hoelang blijft de oud eigenaar aan en welke titel krijgt hij?
- Levert de opbrengstwaarde compensatie en genoegdoening voor alles wat binnen het bedrijf is opgebouwd?
- Hoe, wanneer en welke externe communicatie vindt er plaats omtrent de overdracht?
- Blijft het bedrijf gevestigd in de huidige plaats?

Omdat een familiebedrijf in grote mate afhankelijk is van het gezicht van de onderneming, blijft de oud eigenaar vaak nog enige tijd betrokken. Wanneer deze betrokkenheid langer duurt dan noodzakelijk, kan dit leiden tot conflicten. Twee kapiteins op één schip is er immers één te veel.

Bemoeizucht, sfeerbeïnvloeding, betweterigheid en het 'waarborgen van het familiegevoel' kunnen leiden tot een lagere besluitvaardigheid. Het personeel weet in een dergelijke situatie niet wie de leiding heeft.

De afhankelijkheid van de oud eigenaar in relatie tot de klanten dient niet onderschat te worden. Afhankelijkheid kan na verkoop leiden tot het vertrek van klanten. Gesprekken met keycustomers kan hier inzicht in verschaffen.



De personele paragraaf dient goed beoordeeld te worden. Welke sleutelfuncties worden na overname nog ingevuld door familieleden? Is er sprake van mondelinge toezeggingen betreffende vergoedingen, vakantiedagen of andere voorwaarden? Zijn de arbeidsvoorwaarden uniform en marktconform?

Gedegen voorbereiding
Een overnametraject bestaat uit vele facetten waarmee rekening gehouden dient te worden. Een geslaagd overnametraject begint altijd met een gedegen planning en voorbereiding. Neem daar de tijd voor. Tijdens de voorbereiding staan zaken als informatieuitwisseling, onderzoek,

financieringsaspecten en juridische aspecten centraal.

Een goede adviseur kent de emotionele valkuilen en concentreert zich op de continuïteit en het beheren van de waarde die binnen het bedrijf is opgebouwd.

 **TIP**

Schakel een deskundige adviseur in die u de spiegel kan voorhouden.



Luuk Haegens
Overnameadviseur
lhaegens@adagium.nu
nl.linkedin.com/in/luukhaegens

Adagium
Marshallweg 5
5466 AH Veghel
Tel: (041) 322 50 10
www.adagium.nl





holland
expat center
south

The One-Stop Shop for International Companies,
Knowledge Institutions and Internationals
in the Southeast Netherlands

Formalities
Housing
Taxation
Finance & Insurance
Education & Careers
Personal & Social Needs
Culture & Leisure

Maastricht | Eindhoven | Tilburg



www.hollandexpatcenter.com

Maastricht Location
Mosae Forum 10
6211 DW
Phone: +31 (0)43 350 50 10
maastricht@hollandexpatcenter.com

Eindhoven Location
Kennedyplein 200
5611 ZT
Phone: +31 (0)40 238 67 77
eindhoven@hollandexpatcenter.com

Tilburg Location
Stadhuisplein 128
5038 TC
Phone: +31 (0)40 238 67 77
tilburg@hollandexpatcenter.com

JERRY VAN DER PLUIJM VAN
RESTAURANT DE MOLEN IN KAATSHEUVEL:

“WIJ ZORGEN VOOR EEN FAMILIEGEVOEL.”

Voor Jerry van der Pluijm, eigenaar van Restaurant De Molen in Kaatsheuvel, moeten de gasten zich bij hem thuisvoelen. Uiteraard door een uitgebreide menukaart. Maar vooral ook vanwege de entourage. Hij probeert te zorgen voor een sfeervolle uitstraling, een intiem gevoel, een familiale ambiance. Gastheer Jerry van der Pluijm: “Wij proberen steeds onze gasten te verrassen. Maar onze bezoekers kunnen ook hún gasten met een bezoek aan De Molen verrassen.”

Jerry van der Pluijm spreekt vol enthousiasme over zijn bedrijf. Een kwaliteitsrestaurant in een prachtig complex op een prominente plaats aan de rand van het Nationaal Park 'De Loonse en Drunense Duinen' in het gebied tussen Tilburg en Den Bosch. “Een beeldbepalend pand, bijzonder goed bereikbaar én een uitstekende parkeer-gelegenheid. Voor mij belangrijke aspecten toen ik hier twaalf jaar gelden begon.”

De Couwenbergh

Het restaurant is gevestigd in de uit 1849 stammende bergmolen De Couwenbergh van voorheen de familie Robben. “De laatste molenaar Sjef Robben houdt de molen nog altijd draaiende, en hij maalt nog het meel voor ons eigen brood”, klinkt Jerry van der Pluijm trots. De molen is in de Tweede Wereldoorlog grotendeels vernield en kort daarna weer opgeknapt. De berg is toen vervangen door opslagruimten. Midden jaren negentig is de molen compleet gerestaureerd. “De vroegere opslagruimten om de molenromp zijn geheel in gebruik als restaurant. Het loopt helemaal rond en onze gasten hebben overal een uitzicht naar buiten. Met heel veel lichtinval. Het geheel zorgt voor een intieme sfeer”, aldus Jerry van der Pluijm.

Michelinster

De gastheer van De Molen heeft altijd gestreefd naar kwaliteit bij alle aspecten van het restaurant. Een goede uitstraling en vooral de juiste mensen in de keuken en de bediening, met onder meer topkok Wouter van Laarhoven en sommelier Erwin Laros. Dit alles heeft er toe geleid dat Restaurant De Molen in 2008 een Michelinster verwierf. “Onze chef-kok is uiterst innovatief zowel in gerechten als presentatie. Hij gaat mee met de seizoenen en de trends. Vier keer per jaar vernieuwt hij 'zijn collectie'. En via onze website maakt hij daarvan iedereen ook deelgenoot. De Molen is zo waarlijk een beleving.”

Veelzijdig

Restaurant De Molen biedt plaats aan tachtig tot honderd gasten. Bovendien heeft het een terras van zestig stoelen. Naast een à la carte restaurant is het ook uitermate geschikt voor grotere ontmoetingen tot ongeveer 250 gasten. Jerry van der Pluijm: “Van babyborrel tot condoleancebijeenkomst. En mét behoud van de intieme sfeer!”



Restaurant De Molen
Vaartstraat 102
5171 JG Kaatsheuvel
Tel: (041) 653 02 30
info@restaurantdemolen.nl
www.restaurantdemolen.nl

DE MOLEN



DE MONNIK

Ditmaal schonken de ondernemers niet alleen aandacht aan de inspirerende contacten om zich heen. De locatie was namelijk De Koningshoeven, de plek waar alle 'La Trappe' bieren ontwikkeld en gebrouwen worden. AL startend met een rondleiding door de bierbrouwerij, om vervolgens samen het glas te heffen op eventuele mooie samenwerkingen en nieuwe contacten. De avond smaakte zeker naar meer, de ochtend erna wellicht ietsje minder...



AUTOMOTIVE & IPC

Middels het ronkende geluid van een Ferrari motor geven we het startsein voor de bijeenkomst Automotive & IPC. Tussen de blinkende auto's werd aandachtig geluisterd en schakelde we tussen diverse sprekers, waaronder Erwin van Marwijk – Directeur Volvo de Beemd en Ron Coenen – Trias Subsidies. Aansluitend neemt Martijn Feron ons in gedachten mee naar zijn bijzondere en spraakmakende jongensdroom, het maken van een eigen raceauto. De Savage Rivale is dan ook het onderwerp van de avond en het bewijs dat dromen uitkomen!

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

BRABANT ONDERNEEMT

AGENDA 2013

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.

JANUARI 2013: BRABANT ONDERNEEMT 2.0

Een nieuw jaar met een frisse start. Tijdens de nieuwjaars-bijeenkomst presenteren wij vol trots Brabant Onderneemt 2.0! We houden u nog even in spanning betreft wie, wat, wanneer en hoe laat... Maar dat er iets moois staat te gebeuren is geen verrassing.

FEBRUARI 2013: DE SMAAK VAN SAMENWERKEN

Samen staan we sterk! Daarover zijn niet alleen wij bij Brabant Onderneemt het eens, maar ook de WSD Groep in Boxtel geeft hiervan het perfecte voorbeeld. Want ook mensen met een beperking horen een kans te krijgen in de arbeidsmarkt. Deze middag laten we u graag kennismaken met de werkzaamheden, mogelijkheden, oplossingen en capaciteiten van de mensen achter WSD Groep. Inspirerend, innoverend en smaakvol!

MAART 2013: INTERNATIONALISERING

Uw bedrijf 'internationaliseren' moeilijker dan gedacht? Of stelt het niet zoveel voor? Waar het voor de een wellicht de dagelijkse gang van zaken blijkt, is het voor de ander een hels karwei. Doe ervaring op of deel juist uw kennis. Luister naar succesverhalen, inspirerende anekdotes en te-voorkomen-valkuilen. In maart, een kijk op internationalisering, gewoon in Noord-Brabant.

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 secretariaat@brabantonderneemt.nl.



UITGELICHT

De Ruwenberg Conferentiehotel
Ruwenbergstraat 7
5270 AA Sint Michielsgestel
T 073 558 88 88
r.jouvenaar@ruwenberg.nl
www.ruwenberg.nl

Richard Jouvenaar

Van Roosmalen Groep
Eindhoveneweg 57
5683 PW Best
T 0499 33 00 33
info@debeemd.nl
www.debeemd.nl

Judith van Gennip

Actieff de Kempen Uitzenden & Payrollen
Weegbree 35
5575 DB Luyksgestel
T 0497 54 08 75
info@actieffdekempen.nl
www.actieffdekempen.nl

Klaas Ras

JH Business Promotions
De vest 70
5555 CP Valkenswaard
T 040 207 26 26
Info@jhpromotions.nl
www.jhpromotions.nl

John van den Heuvel

Route 5
Ceresstraat 13
4811 CA Breda
T 06 48 89 04 09
d.brekel@route5.nl
www.route5.nl

Daniel van den Brekel

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.

PENSIOENRECHTEN VAN WERKNEMERS ZIJN IN GEVAAR

FINANCIERBAARHEID NEDERLANDS PENSIOENSTELSEL IS NIET LANGER HOUDBAAR.

Een achterhaald pensioenstelsel, aanhoudende lage marktrente en achterblijvende beleggingsrendementen vormen een gevaarlijke combinatie voor de opgebouwde pensioenrechten van de werknemer in loondienst. De feiten op een rijtje.

"In 1950 zorgden acht werkenden voor de benodigde premie voor één gepensioneerde. Op dit moment zijn er nog vier werkenden over die de pensioenpremie opbrengen voor één gepensioneerde."

Momenteel bouwt 90% van de werknemers pensioen op bij een pensioenfonds. Gemiddeld wordt voor hen 15% tot 20% van het salaris als pensioenpremie gestort.

Vanaf de jaren '50 van de vorige eeuw zijn pensioenfonds opgericht met als doel een optimaal rendement op de ingelegde premies te behalen. En wel bij een zo laag mogelijk risico, zodat de gedane pensioentoezegging aan de werknemer kan worden nagekomen.

De ingelegde premie voor de werknemer gebruikt het pensioenfonds om rendement te behalen op de beurs en om de uitkeringen aan de huidige gepensioneerden te kunnen doen. De werknemer bouwt dus geen eigen pensioenvoorziening op. Op het moment dat er voldoende premie wordt ingelegd door werkenden en daarnaast

voldoende rendement wordt behaald, werkt dit systeem optimaal. Nederland had tot de afgelopen eeuwwisseling met dit systeem met recht het beste pensioenstelsel ter wereld!

Inmiddels is dit systeem in ijtempo afgebrokkeld en dreigt er het gevaar dat het pensioenfonds zijn toekomstige verplichting aan de werknemer niet kan nakomen.

De oorzaken hiervan zijn:

- De vergrijzingsgolf die op dit moment hard toeslaat. Steeds minder werkenden (lees: betalers) moeten de premie opbrengen voor steeds meer gepensioneerden. In 1950 zorgden acht werkenden voor de benodigde premie voor één gepensioneerde. Op dit moment zijn er nog vier werkenden over die de pensioenpremie opbrengen voor één gepensioneerde. In 2050 zullen er nog slechts twee werkenden over zijn die de pensioenuitkering van één gepensioneerde moeten opbrengen.
- De levensverwachting is sterk toegenomen. De huidige gepensioneerden zullen veel langer hun pensioenuitkering moeten ontvangen dan tot nu toe was gedacht.
- Het rendement dat een pensioenfonds vanaf 2000 heeft behaald met de ingelegde premie is desastreus gebleken.

- De huidige lage marktrente zorgt ervoor dat de fondsen veel minder pensioen kunnen doorgeven aan de werknemer voor het aanwezige kapitaal.

Voorbeeld: Indien men vooraf rekent met een rente van 4% en de daadwerkelijke rente op pensioendatum is 2,4% dan betekent dat een tariefsverlaging van 40%. Het pensioen dat kan worden aangekocht met het aanwezige kapitaal daalt dan ook met 40%.

Hoe jonger de werknemer is, hoe pijnlijker de gevolgen voor hem of haar zullen zijn. Op het moment dat die jongeren met pensioen gaan, is de kans reëel dat de pensioenpot leeg is. Het verder verhogen van de premie is daarbij geen optie meer. Daarmee worden de jongeren nog verder benadeeld.

Genomen maatregelen:

- Verhoging van de pensioenleeftijd naar 67 jaar per 1 januari 2014.
- Het korten van de pensioenaanspraken door 81 pensioenfonds die een tekort aan kapitaal in huis hebben. De pensioenrechten van werknemers zullen gemiddeld met 6,6% worden gekort.
- Pensioenfonds mogen gaan rekenen met een andere (lees: hogere)



rekenrente dan de actuele marktrente. Hierdoor stijgt de dekkingsgraad kunstmatig naar een hoger niveau.

Oplossing: de pijn eerlijker verdelen.

Indien handhaving van ons huidige pensioenstelsel gewenst is, dan zullen er echt ingrijpende maatregelen moeten worden genomen:

- De pensioenleeftijd moet zo snel mogelijk en in één maal worden verhoogd naar 70 jaar;
- De opgebouwde en vooral ingegane pensioenen moeten direct aanzienlijk worden verlaagd.

Alleen op deze manier is het huidige pensioenstelsel nog van de ondergang te redden.

Het rekenen met een andere rekenrente dan de marktrente is uiteraard geen oplossing. Met deze kunstgreep verschuif je nog steeds de problemen naar een latere generatie. De genomen maatregelen hebben onvoldoende impact om het tij echt te doen keren.

Het nieuwe kabinet re(a)geert vooralsnog echter als een zachte heelmeeester. De voorgenen middenweg maatregelen zullen geen

structurele oplossing bieden. Kabinet Rutte, het is tijd voor serieuze maatregelen!

**DISCUSSIE**

Het huidige Nederlandse pensioenstelsel stevent af op haar ondergang.

Discussieer mee via de linkedin groep van Brabant Onderneemt.



Bart van de Wouw
Pensioenconsultant
bwouw@psipensioenbeheer.nl
www.linkedin.com/in/bartvandewouw
PSI_Pensioen

PSI Pensioenbeheer
Dr. Hub van Doorneweg 183
5026 RD Tilburg
Tel: (088) 736 74 63
www.psipensioenbeheer.nl



MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN

ZET UZELF SOCIAAL VERANTWOORD OP DE KAART.

De kreet MVO is niet meer weg te denken uit onze huidige maatschappij. We zien dit ook terug in het meest recente regeerakkoord: 'milieuvriendelijk', 'oog voor kwetsbare groepen' en 'samen verder' worden kernbegrippen in onze wereld.

Maatschappelijk verantwoord ondernemen is niet meer weg te denken uit ons economische bestel. Om succesvol te kunnen zijn, moeten er natuurlijk positieve bijdragen aan het bedrijfsresultaat geleverd worden, maar wordt ook nadrukkelijk gekeken hoe dit resultaat tot stand gekomen is. Een bedrijf kan niet blijven bestaan als er geen rendementen behaald worden, maar ook goed renderende bedrijven kunnen heel snel neergesabeld worden als het imago van het bedrijf negatief beïnvloed wordt. Goed voorbeeld hiervan is de plofkampagne van Wakker Dier.

Wat Wakker Dier doet, is inspelen op sentimenten van de gemiddelde Nederlander. Dit kan door zaken positief te belichten: 'Ook JUMBO verkoopt alleen nog scharreלקippen' of juist door negatieve berichtgeving 'Wist u dat bedrijf X nog steeds plofkkippen verkoopt?'

Onze regering en de politieke partijen proberen zich te profileren door maatschappelijke doelen in hun

communicatie op te nemen. 'Meer groene stroom', 'samen eerlijk delen', 'ook oog voor uw gehandicapte medemens'; het zijn enkele kreten uit programma's van politieke partijen die allemaal inspelen op ons gevoel dat 'maatschappelijk verantwoord' toch wel heel belangrijk is.

Grote multinationals hebben dit al lang geleden ontdekt. Zo is DOW Chemical, een van de grootste chemieconcerns in deze wereld, al jaren hoofdsponsor van de Special Olympics World Games en de Special Olympics van de Amerikaanse

en aandacht voor de zwakkeren helpt zeker mee om zo'n organisatie positief op het beeldscherm te zetten.

U kunt zelf ook op betrekkelijk eenvoudige manier aan uw mvo-imago werken. Veel hotels en restaurants voeren tegenwoordig het Green Key-logo. Door hout, papier en drukwerk met een FSC- of PEFC- certificering te gebruiken, kiezen ook zij voor een sociaal gezicht. Als u hiernaast ook in uw externe promotiebeleid uw maatschappelijke betrokkenheid toont, heeft u de ideale mix om ook uw imago extra glans te geven.

“Zeker in deze tijd waarin vooralsnog erg veel geknaagd wordt aan de zekerheden van ‘de zwaksten’ in de samenleving, kan iedereen met inzet van weinig middelen veel positieve response naar zich toe trekken.”

afdelingen, het grote sportfeestje voor mensen met een verstandelijke beperking. Dit is één van de manieren waarop zij tegengewicht bieden aan berichtgeving over 'onverantwoordelijk' gedrag. Het sponsoren van deze kwetsbare groep in de maatschappij is een heel goed antwoord op de soms ook negatieve publiciteit die een chemiereus over zich heen krijgt. Het imago van sociaal bewogen, maatschappelijk verantwoord zaken doen

Zeker in deze tijd waarin vooralsnog erg veel geknaagd wordt aan de zekerheden van 'de zwaksten' in de samenleving, kan iedereen met inzet van weinig middelen veel positieve response naar zich toe trekken. Dat kan door bijvoorbeeld sporters, sportteams en of sportevenementen voor mensen met een beperking te ondersteunen. Zo krijgen de leden van deze groep al heel snel een positief beeld van u en uw organisatie.

 **TIP**

Kijk eens in uw omgeving naar sportsponsoring, maar dan bij een groep die sporten voor mensen met een beperking aanbiedt; gegarandeerd een win-win-situatie.



Praat eens met zo'n groep over bijvoorbeeld shirtreclame. Of trainingspakken met uw naam en logo. De kosten zijn minimaal en uw uitstraling maximaal. Als u dan ook nog eens ziet hoe enthousiast deze mensen worden van uw geste, dan kan een heerlijk gevoel niet uitblijven.

In elke regio zijn verschillende sportverenigingen actief met en voor mensen met een beperking. Voor relatief kleine bedragen kunt u uw naam al verbinden aan een team of club. Met reclame op bijvoorbeeld trainingspakken krijgt u uw naam nadrukkelijk in beeld en krijgt u naast extra naamsbekendheid gratis het imago 'sociaal en betrokken'.

 **TIP**

Maak in uw externe uitingen uw maatschappelijke betrokkenheid kenbaar en ondersteun dit met bijvoorbeeld afbeeldingen van een door u ondersteunde groep.

Maatschappelijk verantwoord ondernemen is het ondernemen van de toekomst. Steeds meer klanten nemen in hun beoordeling uw insteekten opzichte van milieu, mens en maatschappij mee.

Tot slot: Is dit misschien ook wel iets voor u, maar weet u niet hoe dit nu precies aan te pakken, of waar individuen of groepen te vinden zijn die u voor zo'n initiatief kunt

benaderen? De auteur van dit artikel heeft de nodige ervaring met deze kwetsbare doelgroepen en het omzetten van ondersteuning in positieve feedback voor uw bedrijf. Bel of mail gerust voor meer informatie of gewoon om eens te brainstormen over deze en andere mogelijkheden om uw bedrijf te profileren.

 **DISCUSSIE**

Een bedrijf maakt zich sterk door juist voor de zwakkere mensen in onze maatschappij op te komen.

Discussieer mee via de LinkedIn groep van Brabant Onderneemt



Riny Verdonk
Directeur
r.verdonk@tekstbeeld.nl
[nl.linkedin.com/pub/riny-verdonk/10/790/ba2](#)
[fotoboeknu](#)

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

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

START TIJDIG MET STOPPEN

HET FAMILIEBEDRIJF NAAR DE VOLGENDE GENERATIE

Voor veel ondernemers is nadenken over de overdracht van het bedrijf aan de volgende generatie geen dagelijkse kost. Vaak wordt het te lang uitgesteld. Een soepele en fiscaal geruisloze bedrijfsoverdracht vergt de nodige voorbereiding en planning. Dit artikel biedt daarbij wat stof tot nadenken.

Wie krijgt welke rol?

Aan een bedrijfsoverdracht gaat meestal een lange periode van gedachtenvorming en gesprekken met de familie vooraf. Dit kan uiteindelijk resulteren in het vastleggen van afspraken en wensen in een familie-statuut. Dit voorkomt zo veel als mogelijk discussies in de toekomst. Zaken die hierin opgenomen kunnen worden zijn bijvoorbeeld: Wie krijgt de aandelen en wie wordt directeur? Hoe wordt de zeggenschap verdeeld? Mag het bedrijf verkocht worden? Wat te doen bij ziekte, overlijden of scheiding? Het behartigen van belangen van de kinderen die het bedrijf niet voortzetten. De rol van niet-familieleden in het bedrijf, enzovoorts.

Fiscale optimalisatie

Als de bedrijfsoverdracht goed wordt ingekleed dan kan deze fiscaal geruisloos plaatsvinden en leiden tot belastingvoordeel. De wet bevat een aantal fiscale faciliteiten waar aanspraak op kan worden gemaakt bij de bedrijfsoverdracht. De gedachte achter de faciliteiten is dat belastingheffing de continuïteit van het bedrijf niet in gevaar mag brengen.

Hierna worden de belangrijkste fiscale aandachtspunten gegeven bij de meest gangbare manieren van bedrijfsoverdracht aan de kinderen, zijnde: (1) verkoop, (2) schenking of (3) vererving. Uitgangspunt daarbij is dat het bedrijf in BV-vorm wordt gedreven.

Verkoop

Nadeel van verkoop is dat de overnemende familieleden meestal niet in staat zijn de volledige koopprijs direct te voldoen. In zo'n geval kan het vormen van een familiebank een oplossing bieden. De koopprijs wordt dan schuldig gebleven en in termijnen voldaan. Het voordeel van een rechttoe-rechtaan verkoop is dat een eerlijke verdeling ten opzichte van overige kinderen kan worden gewaarborgd. Fiscaal is deze variant echter niet optimaal. Immers wanneer een privépersoon aandelen verkoopt, dan bedraagt de totale belastingdruk circa 40% (bestaande uit 25% inkomstenbelasting op het moment van verkoop en maximaal 20% bij overlijden of latere schenking van de verkoopopbrengst). In plaats van verkoop vanuit privé kunnen de aandelen ook door een holding BV worden verkocht. Dit leidt echter niet tot vermindering van de belastingdruk, enkel tot uitstel van de heffing.

TIP

Maak een planning en familiestatuut

Schenking

Indien de aandelen worden geschonken aan de kinderen die het bedrijf voortzetten, dan kan de belastingdruk worden verlaagd. Hiervoor geldt een doorschuiffaciliteit voor de 25% inkomstenbelasting en een (ruime) vrijstelling voor de schenkbelasting.

Deze variant is daardoor fiscaal een stuk voordeliger dan de verkoop van aandelen.

Aan de faciliteiten zijn voorwaarden verbonden. Voor de inkomstenbelasting is een vereiste dat de verkrijger van de aandelen al gedurende zesendertig maanden in dienst is bij de onderneming. Er geldt geen minimaal aantal uren. Theoretisch zou men kunnen stellen dat een dienst-betrekking van één uur per jaar voldoende is. Hierdoor kan worden overwogen om vooruitlopend op een eventuele bedrijfsoverdracht de kinderen reeds een (beperkte) dienstbetrekking bij de onderneming aan te bieden.

Voor de schenkbelasting is een vereiste dat de verkrijger de aandelen minimaal vijf jaar aanhoudt en de onderneming vijf jaar wordt voortgezet. De vrijstelling komt er kort gezegd op neer dat de eerste miljoen euro aan ondernemingsvermogen volledig is vrijgesteld en voor het meerdere een vrijstelling geldt van 83%. Daarmee is per saldo 17% belast, maar de heffing hierover is vervolgens wel gedurende meerdere jaren uit te stellen.

Overlijden

Wanneer de aandelen pas overgaan bij overlijden en de erfgenamen de onderneming voortzetten, dan geldt eveneens de voornoemde ruime vrijstelling van erfbelasting. Voor de inkomstenbelasting kunnen de erfgenamen bepalen of er direct wordt afgerekend of dat de heffing (onder voorwaarden) wordt doorgeschoven. De 'zesendertig maanden eis' geldt hier niet.

“Als de bedrijfsoverdracht goed wordt ingekleed dan kan deze fiscaal geruisloos plaatsvinden en leiden tot belastingvoordeel.”

Het Ferrarisyndroom

Een bedrijfsoverdracht gaat bij ouders nogal eens gepaard met de angst voor onverantwoorde uitgaven door de kinderen. Ongeacht de vorm van overdracht kunnen maatregelen worden getroffen ter bescherming van

het familie- en bedrijfsvermogen. Zo kan onder meer worden gedacht aan het voorbehouden van de zeggenschap aan de ouders en enkel de economische waarde aan de kinderen over te dragen.

Conclusie

Begin tijdig met een gedegen planning van de toekomstige bedrijfsoverdracht. Leg afspraken en wensen vast. Dit voorkomt onduidelijkheid bij de overnemers of verkrijgers ingeval van (plots) overlijden van de ondernemer. Vanuit fiscale optiek bestaat een verschil tussen de verkoop van de onderneming enerzijds en de schenking/erfenis anderzijds. Realiseer dat in dit artikel slechts de hoofdlijnen zijn geschetst. Voor een optimale fiscale planning is het altijd raadzaam een fiscaal adviseur te raadplegen.

TIP

Belastingvrije bedrijfsoverdracht is mogelijk



mr. Rob P.M. Hoeks FB

Fiscaal strateeg
robhoeks@feros.nl

<http://nl.linkedin.com/in/prademaker>

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





BRABANT ONDERNEEMT AL VIJF JAAR IN BEDRIJF

Zichzelf ontplooiën als aanjager en realisator van de economische motor van Noord-Brabant. Het is niet zomaar een missie. Brabant Onderneemt reikt verder dan een doorsnee netwerk in de regio. Het zet het verbinden, samenwerken en delen van kennis tussen ondernemers uit de gehele provincie centraal. Waarom? "Omdat ieder contact inspireert", aldus de stichters van dit onafhankelijk zakelijke platform.

Het startschot

Hoewel Brabant Onderneemt druk bezig is de provinciale economie een flinke boost te geven, is het slechts vijf jaar geleden dat Thijs Dorssers, Frank Cuijpers en Niels Vanaken met een gezamenlijke visie aan deze stichting begonnen. Frank Cuijpers: "De behoefte groeide om het ondernemersklimaat in Noord-Brabant te stimuleren." Het bestedingspotje was nog leeg, met als gevolg dat de mannen genoodzaakt waren middels hun eigen netwerk en een flinke portie creativiteit de groei naar een onafhankelijk zakelijk platform te forceren.

De stichting wordt natuurlijkerwijs gedragen door ondernemers met een MKB-achterban. Inmiddels uitgebreid naar een vierkoppig bestuur waarin Luuk Haegens anderhalf jaar geleden zijn positie heeft verworven. Onlangs werd daar een operationeel voorman (lees: directeur) in de persoon van Hans Westendorp aan toegevoegd. "Hij kan de juiste koppeling tussen verbindingen en kennisdeling bewerkstelligen. Zo kunnen wij weer op de achtergrond treden."

Triple Helix

Dit in het Brainport, de meest innovatieve regio van Nederland, neergestreken viertal hecht veel

waarde aan de zogenaamde Triple Helix. Deze driehoek, bestaande uit de drie O's (ondernemingen, onderwijs en overheid), vormt het uitgangspunt voor de gedachtegang van Brabant Onderneemt. "De combinatie van deze triade stimuleert het ondernemersklimaat optimaal. Dat blijft ons streven." Voor dit soort ondernemers kent ambitie geen grenzen. Vandaar dat Thijs, Frank, Niels en Luuk niet eindigen waar de provinciegrenzen in zicht komen. Niels Vanaken verklaart: "Ons doel is om breed te blijven werken en partnerships aan te gaan met bedrijven die flinke exposure willen creëren. Alles en altijd vanuit de behoefte van de ondernemer."

Professionaliseringsslag

Toch heeft Brabant Onderneemt de afgelopen tijd een flinke professionaliseringsslag ondergaan. "Aanvankelijk ontstonden we als groep van ondernemers welke kennis met elkaar wilde delen. Tegenwoordig staat het beleid en de visie centraal." De heren hebben met veel arbeid bewezen geen eendagsvlieg maar een Brabants begrip in wording te zijn. En zo geschiedde. Brabant Onderneemt ontwikkelde zich binnen een half decennia van een ondernemersklankbord naar een solide platform waar kennisdeling en samenwerkingen centraal staan. De stichting werkt nog steeds puur onafhankelijk, er is al vijf jaar geen enkele politieke en/of commerciële invloed mee bemoeid.

Buffelen

Toch liep niet alles helemaal zoals het bestuur in gedachte had, waardoor er zo nu en dan hard gebuffeld moest worden. Zo bekenden ze het zichzelf budgettair regelmatig moeilijk te hebben gemaakt. "Deelnemers krijgen relatief veel terug in vergelijking met wat ze financieel bijdragen. Het gevolg is dat het soms extra veel energie kost

en er af en toe net wat harder aan getrokken moet worden om het gewenste resultaat te verwerven. Dat werd het sein om een aantal werkzaamheden uit handen te geven aan de daarvoor aangestelde medewerkers."

Expansie

Ondanks het feit dat het bestuur van Brabant Onderneemt bestaat uit vier individuele ondernemers, zit men absoluut niet stil. "Zo begeleidt Brabant Onderneemt momenteel 17 bedrijven die druk bezig zijn met diverse projecten. Deze projecten, ondersteund door Agentschap NL, kennen een startomvang van 1.7 miljoen euro. Steevast vanuit de achterliggende gedachte om nieuwe initiatieven te creëren, de economie middels de Triple Helix te stimuleren en per slot van rekening een boost te geven aan de Zuid-Nederlandse arbeidsmarkt", verkondigt Thijs Dorssers.

"DIT NON-PROFIT INITIATIEF BLIJFT EEN ONEINDIG PROCES. HET IS EEN LEVEND DOCUMENT."

Levend document

De vraag welke mijlpaal bereikt moet zijn wil Brabant Onderneemt opdoeken, wuiven de mannen zelfverzekerd van tafel. "Dit onafhankelijk initiatief blijft een oneindig proces. Het is een levend document, dat ongetwijfeld nog decennia goud waard kan zijn." Wellicht is de personele invulling van deze stichting tegen die tijd van jonger bloed voorzien, de behoefte aan een groeiende economie waarin diversiteit aan kennis en de laagdrempelige deling hiervan elkaar kruisen, zal niet snel verdwijnen.

Stichting Brabant Onderneemt
Postbus 536
5600 AM Eindhoven
Tel: (040) 266 15 28
Fax: (040) 266 15 29
secretariaat@brabantonderneemt.nl
www.brabantonderneemt.nl



BESPAREN?

BETAAL IK TEVEEL DAN?

UIT ONDERZOEK BLIJKT DAT VEEL ONDERNEMERS TE VEEL BETALEN.

De mogelijkheden om uw bedrijf duurzamer en kostenefficiënter te maken zijn legio. Waar moet u beginnen? Zelf doen of een adviseur in de arm nemen? Euro's of kilowatts besparen? Het managen van uw energieverbruik hoeft niet moeilijk te zijn.

“De cijfers
liegen niet: 80%
van de onder-
nemers in het
onderzoek weet
dat hij of zij te
veel betaalt,
maar onder-
neemt daar geen
actie op.”

Ondernemers betalen teveel
Terwijl eigenlijk iedereen zucht onder de economische crisis, is er bij veel ondernemers nog steeds te weinig aandacht voor de kostenkant. Onderzoek van Business Compleet wijst uit dat er weinig tot geen focus is op de inkoop van energie, internet, telefonie en verzekeringen. Het merendeel van het MKB geeft aan dat vergelijken van diverse aanbieders op dit gebied te veel tijd vraagt en dat men het daarom achterwege laat.

Ondernemen
De cijfers liegen niet: 80% van de ondernemers in het onderzoek weet dat hij of zij te veel betaalt, maar onderneemt daar geen actie op. Uit het onderzoek onder 910 ondernemers blijkt, dat zij in plaats van contracten vergelijken, hun tijd liever steken in hun core business: ondernemen. Eén op de vijf ondernemers weet niet hoeveel er maandelijks aan energie wordt uitgegeven, laat staan of er wellicht te veel betaald wordt. De interesse is er simpelweg niet: een ruime meerderheid geeft aan niet te overwegen over te stappen naar een andere energieleverancier.

Gemakkelijk geld verdienen
Een woordvoerder van E.ON over deze cijfers: “Overstappen naar een andere leverancier is echter erg eenvoudig en

TIP
Let op ondoorzichtige kosten op uw factuur, zoals administratie- en onbalanskosten, vergoedingen voor kW-max of gecontracteerd vermogen.

loont in heel veel gevallen. Wij bieden ondernemers bijvoorbeeld een gratis factuurcheck aan: dan rekenen we ze voor wat ze te veel betalen. Dat is een kleine moeite. De praktijk leert dat we het overgrote deel van de ondernemers een betere aanbieding kunnen doen. Dat is gemakkelijk geld verdienen voor een bedrijf.”

Vaste lasten
Met het einde van het jaar in zicht is het tijd om de balans op te maken. Hoe is het afgelopen jaar gegaan, zijn de targets gehaald en wat is het plan voor 2013? Maar het is ook een goed moment om terug te kijken. Welke kosten zijn er gemaakt en welke kosten zijn terugkerend? Energiekosten zijn altijd onderdeel van de vaste lasten. Slim inkopen is daarom de eerste stap in het besparingsproces.

Spaarzamer met energie omgaan loont!
Nadat u uw energie op een goede manier heeft ingekocht, kunt u het energieverbruik gaan managen. Een

energiescan of Energie Bespaar Plan kan u hierbij helpen. Een energiescan werkt heel eenvoudig. Een energieadviseur brengt een kort bezoek aan uw bedrijf. Daarbij kijkt hij naar klimaatcontrole, verlichting, machinepark en isolatiewaarde van uw pand. Vervolgens krijgt u een rapport met een situatieomschrijving en aanbevelingen voor het beperken van uw energiekosten en om duurzamer te ondernemen. Een advies kan ook zijn om een benchmarkonderzoek te verrichten of een Energie Bespaar Plan te ontwikkelen. Daarnaast krijgt u globaal advies over de geschiktheid van het pand voor duurzame energieopwekking.

Energie Bespaar Plan
Om een Energie Bespaar Plan te ontwikkelen wordt er tijdens een bezoek aan uw onderneming een diepgaand onderzoek gedaan naar de huidige situatie in uw onderneming. Alles wat energie verbruikt, kan rekenen op de volle aandacht van de energieadviseur. De energiebalans die hij samenstelt, geeft aan hoeveel energie uw onderneming zou moeten verbruiken. Dat wordt vergeleken met de facturen en met deze inzichten wordt u gericht geadviseerd. Aspecten die speciale aandacht hebben, zijn blindstroom, verlichting, gedrag en

energieopwekking. Het resultaat is een uitgebreid rapport: het Energie Bespaar Plan. Hierin staat de huidige situatie beschreven en zijn een uitgebreide energiebalans en specifieke onderbouwde besparingsvoorstellen te zien. Vervolgens moet er invulling worden gegeven aan het uitvoeren van de adviezen; ook hierin kan de energieadviseur ondersteunen.

Dochteronderneming
Voor het opstellen van een Energie Bespaar Plan werkt E.ON samen met

TIP
Meer weten over vaste of variabele prijzen? U leest er meer over in het artikel 'vast of variabel' in editie 8 van Brabant Breed.

haar dochteronderneming Q-Energy. E.ON en Q-Energy bieden een breed pakket aan duurzame-energie-oplossingen aan. Denk hierbij onder andere aan energiescans, besparingsplannen en het installeren van zonnepanelen.



Samen zijn zij voortdurend voor ondernemers op zoek naar nieuwe mogelijkheden om nog duurzamer en efficiënter om te gaan met energie.

Wilt u meer weten over besparingsmogelijkheden voor uw bedrijf of het slim inkopen van energie? Kijk op www.eon.nl/toekomst.

DISCUSSIE
Een energieleverancier die u helpt besparen op energieverbruik. Geloofwaardig?
Discussieer mee via de LinkedIn groep van Brabant Onderneemt



Gerard van den Bogaart
Manager Marketing & CRM
gerard.van.den.bogaart@eon.com
www.linkedin.com/in/gerardvandenbogaart

E.ON Benelux
Dr. Holtroplaan 2 – 28
5652 XR Eindhoven
Tel: (040) 257 76 00
www.eon.nl/zakelijk





“ De positie van de accountant is aldus een lastige waar het gaat om de uitkeringstest.”

“EEN MIJNENVELD VOOR FINANCIËEL ADVISEURS”?

DE (ONDER DE WET FLEX-BV) TOENEMENDE RISICO'S EN VALKUILEN VOOR ACCOUNTANTS BIJ DE ADVISERING OMTRENT DIVIDENDUITKERINGEN.

Zoals bekend biedt de nieuwe wet flex-bv de ondernemer meer vrijheid. Ook de regels ten aanzien van dividenduitkeringen zijn versoepeld. Daarvoor is de zogenaamde uitkeringstest in de plaats gekomen. Dit betekent kort gezegd dat het bestuur van de vennootschap goedkeuring dient te verlenen aan een uitkeringsbesluit van de AVA. Deze goedkeuring dient het bestuur te onthouden indien het bestuur weet of behoort te voorzien dat de vennootschap na de uitkering niet in staat zal zijn om aan haar opeisbare verplichtingen te voldoen. De uitkeringstest dient feitelijk te worden uitgevoerd op het moment van het betaalbaar stellen van het dividend. Het bestuur zal bij het nemen van een dergelijk besluit veelal af (moeten) gaan op het advies van haar accountant. Een gedegen afweging is op zijn plaats. Indien achteraf blijkt dat uitkering niet plaats had kunnen vinden, is het bestuur aansprakelijk jegens de vennootschap voor het tekort dat door de uitkering is ontstaan. Deze aansprakelijkheid kan onder omstandigheden op de adviserende accountant/adviseur worden afgewenteld.

Onder het 'oude recht' heeft de Hoge Raad (ons hoogste rechterlijk college) een uitspraak gedaan ten aanzien van de aansprakelijkheid van accountants bij (advies omtrent) dividenduitkering. Deze uitspraak van 2010 is destijds vrijwel onbelicht gebleven maar verdient gezien de nieuwe wetgeving (en de nieuwe uitkeringstest) meer aandacht. De uitspraak is onder het nieuwe recht namelijk nog steeds van toepassing. Bovendien zal de vraag

naar de eventuele aansprakelijkheid van de accountant, gelet op de bij elke uitkering van toepassing zijnde uitkeringstest en de cruciale rol van de accountant hierbij, nóg vaker centraal staan. De feiten in de casus die speelde in 2010, waren als volgt. Op 4 april 1996 heeft de algemene vergadering van aandeelhouders (AVA) van een loodgieters- en installatie-bedrijf op basis van een advies van de accountant besloten om dividend uit te keren ter hoogte van f 950.000. Kort

daarna (in augustus dat jaar) is de vennootschap failliet verklaard. De curator heeft het bestuur vervolgens aansprakelijk gesteld en zich op het standpunt gesteld dat het dividendbesluit kennelijk onbehoorlijk bestuur opleverde. De betreffende bestuurders zijn vervolgens aansprakelijk geoordeeld en veroordeeld om het tekort in het faillissement aan de curator te betalen. In de procedure die daarop volgde, hebben de bestuurders hun accountant tot schadevergoeding

aangesproken. De bestuurders stelden zich op het standpunt dat de accountant wanprestatie heeft gepleegd (tekort is geschoten in zijn taakvervulling) dan wel onrechtmatig jegens de bestuurders heeft gehandeld en als gevolg hiervan aansprakelijk is voor de schade die de bestuurders lijden. De accountant had het bestuur immers geadviseerd om over tot gaan tot het dividendbesluit, althans het bestuur onjuist voorgelicht over de daaraan verbonden risico's.

Door het hof wordt geoordeeld (en de Hoge Raad laat dit in stand) dat de bestuurders erop mochten vertrouwen dat de accountant geen advies zou geven tot het nemen van een besluit waarvan het bestuur achteraf een verwijt kan worden gemaakt (kennelijk onbehoorlijk bestuur). Op het moment dat een bestuurder zijn taak kennelijk onbehoorlijk heeft vervuld, loopt zij tevens een risico in geval van een faillissement om aangesproken te worden op grond van bestuurdersaansprakelijkheid. In de onderhavige casus, heeft de accountant positief geadviseerd tot het nemen van het dividendbesluit. Dat de accountant daarbij tevens zou hebben gewaarschuwd voor het risico van aansprakelijkheid dan wel zou hebben geadviseerd om juridisch advies in te winnen, zou hem zelfs niet baten. Volgens de rechters heeft de accountant in deze omstandigheden niet gehandeld als een redelijk bekwaam en redelijk handelende accountant. Een eventuele eigen schuld aan de zijde van de bestuurders is eerst relevant bij het bepalen van de hoogte van de schadevergoeding. De aansprakelijkheid zelf staat vast.

Er dient een onderscheid te worden gemaakt tussen redelijkerwijs verantwoorde risico's waarop de accountant mag wijzen en op onaanvaardbare risico's waarvoor de accountant niet enkel mag waarschuwen, maar waarbij de accountant enkel een negatief advies mag geven. Het is de vraag of dit onderscheid altijd zo goed te maken is. Dit was in de zojuist aangeduide casus wel het geval, maar zal in veel situaties niet het geval zijn. Alertheid is dus geboden.

TIP

Een oplossing zou kunnen zijn dat de accountant zijn aansprakelijkheid richting het bestuur contractueel uitsluit

De positie van de accountant is aldus een lastige waar het gaat om de uitkeringstest. Een accountant zal over het algemeen een gedegen oordeel kunnen geven omtrent de solvabiliteit maar voor een oordeel over de liquiditeitspositie zal de accountant mede afhankelijk zijn van de informatie die zij (al dan niet) krijgt van het bestuur. Het is dus maar de vraag of een accountant het risico wil nemen om positief te adviseren indien zij weet dat, ook indien zij het bestuur uitdrukkelijk op de risico's wijst, aansprakelijkheid dreigt. Een oplossing zou kunnen zijn dat de accountant zijn aansprakelijkheid richting het bestuur contractueel uitsluit. Dit dient plaats te vinden voorafgaand aan het sluiten van de overeenkomst (bijvoorbeeld in de opdrachtbevestiging).



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

DISCUSSIE

Hoe kijkt u als bestuurder en/of accountant aan tegen de 'uitkeringstest'?

Discussieer mee via de LinkedIn groep van Brabant Ondernemers



WAT BEDRIJVEN MOETEN WETEN OVER DE COOKIEWETGEVING

NIEUWE WET MOET PRIVACY BETER WAARBORGEN

Per 5 juni 2012 is de aangepaste Telecommunicatiewet met de nieuwe cookiebepaling van kracht geworden. Die moet de privacy van burgers op internet beschermen. Dat was aanleiding tot enige onrust bij ondernemers. Vragen die wij hierover kregen waren: 'Bevat mijn website cookies?', 'Wat zijn de juridische gevolgen als men daar achter komt?' Wij leggen graag uit wat deze nieuwe wet inhoudt, wat het voor uw bedrijf betekent en hoe u er het beste mee om kunt gaan.

Allereerst wat achtergrondinformatie, want wat zijn cookies nou eigenlijk? Een cookie is een klein tekstbestandje dat op de harde schijf wordt gezet en wordt uitgelezen door een browser (bijvoorbeeld Internet Explorer, Firefox of Google Chrome). De cookies zenden informatie over het gebruik van websites naar de cookieplaatser. Kortom er wordt over uw schouder meegekeken naar wat u doet op internet.

Er bestaan twee verschillende soorten cookies, namelijk directe en indirecte, ook wel first- en third party cookies genoemd. First party cookies worden op verschillende manieren gebruikt. Bijvoorbeeld voor het onthouden van uw inloggegevens, de taalvoorkeur en de inhoud van het winkelmandje. Deze cookies kunnen ook worden gebruikt voor reclame in de website zelf. Als u bijvoorbeeld de website voor de tweede keer bezoekt, zullen uw eerder gekochte artikelen in de vorm van suggesties worden gegeven.

Third party cookies zijn in staat om een profiel van een internetgebruiker op te bouwen en te volgen via diverse websites. Deze cookies worden gebruikt om gerichte reclame te

verzenden. Bijvoorbeeld als u een vlucht heeft bekeken op Ryanair.com en even later leest u het nieuws op Telegraaf.nl, dan zou het goed kunnen dat er een advertentie van Ryanair met precies die vlucht in uw beeldscherm verschijnt.

“De privacy van mensen wordt geschonden en men kan zich niet meer vrijelijk online bewegen zonder achtervolgd te worden.”

Men wil deze ontwikkeling aan banden gaan leggen. De privacy van mensen wordt geschonden en men kan zich niet meer vrijelijk online bewegen zonder achtervolgd te worden. De OPTA, de zogenoemde telecomwaakhond, kan bij voortdurend overtreden van de regels een boete opleggen tot maximaal € 450.000,-. Als eerste werden de websites van de overheid al aangepakt. Dit gebeurde puur omdat de overheid zelf als voorbeeld moest dienen.

Cookies van Google
Ook Google Analytics (programma voor bezoekstatistieken) maakt gebruik van third party cookies. Die zijn echter niet te herleiden tot een bepaalde persoon. Daarom is er nog geen reden tot paniek wanneer u Google Analytics gebruikt op uw website. Gebruikt u advertenties via het displaynetwerk van Google? Dat is een ander verhaal. Deze cookies worden op uw computer geplaatst. Google gebruikt ze dan om gericht

advertenties aan u te kunnen tonen op basis van eerdere bezoeken aan websites. Bijvoorbeeld: U bezoekt de website van Dell.nl en daarna Telegraaf.nl. Op Telegraaf.nl ziet u dan de komende dagen alleen nog advertenties van laptops en computers.

Om dit te voorkomen kunt de incognito-functie aanzetten van uw browser aanzetten. Dat doet u met de sneltoets: control+shift+n.

Wat te veranderen aan uw website?
Door de invoering van de Telecomwet moeten bedrijven die cookies plaatsen de gebruiker duidelijk en volledig informeren én toestemming vragen (privacystatement). De overheid meent dat de privacy van de burgers nu beter is beschermd. De gebruiker moet immers toestemming geven voor het gebruik van cookies. Bedrijven zullen hun website dus aan moeten passen om deze cookiewet na te leven.

De gebruiker moet echt expliciet aangeven dat hij/zij cookies wil accepteren. Bijvoorbeeld door een pop-up balk, waarin de bezoeker de keuze krijgt om cookies te accepteren of te weigeren. In de praktijk bieden de meeste websites bezoekers een informatiemogelijkheid aan, maar geen mogelijkheid om cookies van die

specifieke website te weigeren. Dat kan wel via de browser ingesteld worden.

Wat kun je als bedrijf doen om je te houden aan deze nieuwe cookiewet?
■ Inventariseer in ieder geval of je website meer cookies gebruikt dan Google Analytics alleen.
■ Wacht even af. Mogelijk veranderd de wet in een dode letter en is het nu een storm in een glas water.
■ Gebruik je een webshop en bedrijf je actief internetmarketing? Vraag de webbouwer alvast wat hij heeft geïmplementeerd om bezoekersgedrag te analyseren. Je moet weten welke cookieplaatsingen er gedaan worden en wat ze doen. Wordt de gebruiker gevraagd toestemming te verlenen? Maak dan privacystatement voor de bezoeker en laat hem toestaan cookies te laten gebruiken.

Bronnen: webwereld, Thinkfresh, nu.nl, Wikipedia



Jos Oerlemans
Internetmarketeer
info@dommelweb.nl
www.linkedin.com/in/dommelweb
[dommelweb](https://twitter.com/dommelweb)

Dommelweb
St. Jorisstraat 125
5211 HA Den Bosch
Tel: (070) 610 12 13
www.dommelweb.nl



 **DISCUSSIE**

Ruilt u uw privacy in tegen gemak op internet? Hoe ver mag men gaan met de achtervolging?

Discussieer mee via de linkedin groep van Brabant Ondernemers



HET GEZONDSTE BEDRIJF VAN BRABANT

Uw medewerkers zijn uw waardevolste werkkapitaal. Maar, weet u eigenlijk hoe het gesteld is met de gezondheid van uw medewerkers? En dus automatisch ook met de gezondheid van uw organisatie? Doe mee en ontdek hoe gezond uw bedrijf is. Wie weet valt deze eer - en de bijbehorende 10.000 euro aan prijzengeld - uw organisatie ten beurt.

DEELNEMEN

U kunt online inschrijven via onze campagne-website www.gezondstebedrijfvanbrabant.nl

Deelname betekent:

- * Kans op €10.000,-
- * Mogelijkheden tot actief netwerken
- * Media exposure
- * Deskundig adviesrapport over uw huidige situatie
- * Vitaal en gezonde werkvloer

VAKJURY

Een erkende vakjury met wetenschappers en professionals beoordelen uw bedrijf. Elk deelnemend bedrijf ontvangt een waardevol deskundig adviesrapport die u kunt gebruiken voor nu en in de toekomst. Onder toezicht oog van Schäfer Notarissen zal de vakjury de winnaar kiezen.

GALA UITREIKING

Als deelnemend bedrijf ontvang u een uitnodiging voor 2 personen om het gala bij te wonen. Een avondvullend programma inclusief diner met interessante sprekers, creatieve netwerkmogelijkheden en de uitreiking van de winnaar.

WWW.GEZONDSTEBEDRIJFVANBRABANT.NL

FEESTELIJKE
GALAUITREIKING
BEGIN 2013

PARTNERS:



*van de garde | jémé
...en drobben 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

Advertenties

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

Redactiemedewerkers

Geert van den Eijnden, Niels Vanaken, Frank Cuijpers, Elke Knapen, Thijs Dorssers, Astrid Kokmeijer, Joey van der Leemputten, Dettlef La Grand, Remco Claassen, Pia Peltzer, Linda Relouw, Bart van de Wouw, Nico Hoenen, Ron Coenen, Peter Rademaker, Jos Oerlemans, Rob Hoeks, Gerard van den Bogaart, Jeroen Veldkamp, Carlo Eussen, Fons Huijgens, Délon Vielvoye, Luuk Haegens, Riny Verdonck.

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.

Adreswijzigingen

Adreswijzigingen doorgeven aan DeltaZuid B.V.

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 vervaelvoudigd zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever en andere auteursrechthebbers.

ISSN

Print: 1897-7067
Online: 1879-7075t

Online

Bekijk de digitale versie van alle Brabant Breed magazines op www.brabantbreed.nl



VERNIEUWING



Met Mamut One van Visma Software bespaart u tijd, geld en kunt u als kleine groothandel snel uw openstaande orders inzien, waar u ook bent. Dat is de V van Vernieuwing, de V van Visma.

Meer weten? Kijk op www.vismaoftware.nl/succesmetmamutone of bel met 0800 - 444 66 70.

INZICHT • GRIP • RESULTAAT

