

BrabantBreed



RONALD VOETS

RONALD VOETS VAN PINKROCCADE LOCAL GOVERNMENT:

"VORMGEVEN VAN DE DIENSTVERLENING VAN DE TOEKOMST"

De nieuwe Directeur Development bij PinkRoccade Local Government, onderdeel van Total Specific Solutions, de heer Ronald Voets, doet een boekje open over de ontwikkelingen op het gebied van de gemeentelijke dienstverlening aan de burger van de toekomst.

Ronald Voets (45), sinds ruim een jaar deel uitmakend van de directie van PinkRoccade Local Government, wijst met nadruk op het belang van de digitale dienstverlening bij de afdeling Burgerzaken van de

gemeenten de komende drie jaar een belangrijke verandering tegemoet. Deze verandering heeft zowel gevolgen voor de afdeling Burgerzaken, de ketenpartners als voor de burgers.

Ambities

PinkRoccade Local Government levert al ruim dertig jaar bedrijfssoftware en diensten aan lokale overheden. De ambities reiken nu duidelijk verder, we geven de gemeentelijke dienstverlening van de toekomst vorm. Uitgangspunt bij de ontwikkeling van iBurgerzaken is dat zowel ambtenaren

als burgers de innovaties en veranderingen ervaren als een verrijking van werkomgeving en dienstverlening.

Digitale dienstverlening

PinkRoccade sluit met iBurgerzaken aan bij de nieuwe eisen van de klanten, de inwoners van de gemeenten. Ronald Voets klinkt energiek en ambitieus: "De inzet van nieuwe technieken maakt het mogelijk om een deel van de activiteiten in het proces van de ambtenaar naar de burger of naar de ketenpartners te verschuiven."

De huidige dienstverlening van de gemeente voor de burger richt zich nog voornamelijk op de afhandeling via de balie. Er is voor een aantal producten wel digitale aangifte mogelijk, maar het aanbod is beperkt en niet altijd bekend bij de burger. De invoering van het BRP-stelsel betekent voor de burger dat hij slechts eenmaal zijn gegevens hoeft in te geven en 7x24 uur, waar dan ook, gebruik kan maken van de overheidsdiensten.

Participatie en betere dienstverlening krijgen eindelijk vorm. Geen wachtrijen meer, niet verplicht naar de

"PinkRoccade Local Government levert al ruim dertig jaar bedrijfssoftware en diensten aan lokale overheden"

gemeente. Met de komst van de modernisering Gemeentelijk Basis Administratie (mGBA) en de landelijke Basis Registratie Personen (BRP) gaan



GEMEENTELIJKE N DE TOEKOMST"

gemeente, één aanspreekpunt binnen de gemeente met alle informatie over jouw aanvraag en snelle digitale terugkoppeling van de afhandelings-status. De burger kan zijn aanvragen zelfs 's avonds, tijdens feestdagen en vanaf zijn vakantieadres afhandelen.

"Belangrijk is dat je als burger het proces opstart op het moment dat jij dat zelf wilt", verklaart Ronald Voets. "Met een paar muisklikken start iedere burger straks bijvoorbeeld zijn verhuizing, huwelijk of geboorteaan-gifte. Uiteraard zonder rekening te houden met de openingstijden van het gemeentehuis."

Cloud

De techniek wordt steeds complexer, beveiliging steeds belangrijker. De schaalgrootte neemt toe. Dat vraagt om meer én nieuwe expertise. ICT-expertise is immers niet de core business van gemeentelijke organisaties. Cloud computing biedt hierin uitkomst. Ronald Voets klinkt helder: "Nu instappen in de cloud biedt de mogelijkheid om delen van het operationele beheer, inclusief de beveiliging en bewaking, uit te besteden en de aandacht te verleggen. De kosten van hardware maken hierdoor niet langer een aanzienlijk onderdeel uit van het gemeentelijk ICT-budget."



De burger is de goedkoopste ambtenaar

Voor de burger zitten er ook financiële voordelen aan deze moderne vorm van dienstverlening. Nog los van de tijdwinst voor burgers, gaan veel gemeenten de digitale diensten promoten en goedkoper maken dan de dienstverlening aan de balie. En het kan ook goedkoper. Doordat de burger immers veel informatie zelf verstrekt en deels zelf voor de afhandeling zorgt, zijn de kosten van afhandeling lager. Dat vertaalt zich naar lagere kosten of minder bezuinigingen voor de gemeente, hetgeen uiteindelijk, direct of indirect, ten goede komt aan de burger.



Pilot

Volgens Ronald Voets is PinkRocade Local Government met dit nieuwe project met iets zeer speciaals bezig. De apps voor de Burgerlijke Stand worden eind dit jaar door PinkRocade Local Government opgeleverd. Er straalt duidelijk een optimisme van het gezicht van Ronald Voets: "De burger wordt er blijer van, maar ook de ambtenaar. Bovendien worden de kosten voor de burger niet hoger".



Tekst:
Geert van den Eijnden
Fotografie:
Cheezz Photography

DENK GROOT, DENK ANDERS, DENK ZELF...

Deze veertiende editie van Brabant Breed heeft als thema 'innoveren'. Volgens Van Dale zou dit 'als nieuwigheid invoeren' betekenen. Naar mijn mening betekent het dat je uit je keurslijf stapt en iets anders doet of bedenkt.

Maar daar moet u wel tijd voor hebben, of liever nog, tijd voor maken. Er zijn maar weinig innovaties bekend die tussen negen en vijf achter een bureau in een bedrijf met een clean desk policy zijn ontstaan. De prachtigste ideeën ontstaan geregeld bij een lekker pilsje of goed glas wijn al keuvelend met vrienden en vriendinnen om u heen. Want innovatie wordt voorafgegaan aan iets dat Van Dale omschrijft met "inademing, bezieling". Dat is namelijk inspiratie.

En laat u daarna niet tegenhouden om dat stupide idee, waar heel de omgeving van zegt dat het toch niet werkt, uit te werken. Houd vol en zoek mensen om u heen die ook een warm onderbuik gevoel krijgen van dat rare verzinzel. Denk groot, denk anders, denk zelf...

In deze editie van Brabant Breed leest u voldoende voorbeelden van collega-ondernemers die hun eigen idee, soms tegen beter weten in, hebben verwezenlijkt. Soms alleen, maar meestal met hulp van anderen die net zo out of the box durfden te denken als zichzelf. Bij Brabant Onderneemt zijn veel deelnemers die elkaar versterken bij innovatie. Er zijn al flink wat voorbeelden te noemen van verrassende samenwerkingen tussen bedrijven. Maar vergeet vooral niet de mogelijkheden om via ons onderzoek te laten verrichten bij de onderwijsinstellingen. Want er komt een moment dat uw wilde idee aan de haalbaarheid getoetst moet gaan worden.

Er komen ook momenten dat u even van uw roze wolk af moet stappen om met twee benen op de grond vanuit een andere hoek eens naar dat prachtige eigen wilde idee te kijken. Hoe zit het met de financiering van de ontwikkeling? Wanneer komt u met uw idee naar buiten? Wie zijn betrouwbare partners om mee samen te werken. Misschien is de grootste concurrent van 'innoveren' wel 'kopiëren'. Een ander gaat er met uw idee vandoor. Ook daarbij kan Brabant Onderneemt u helpen. Binnen onze deelnemersgroep is veel kennis over intellectueel eigendom, octrooirecht, merkenrecht en samenwerkingsovereenkomsten. Maar we weten ook de weg naar subsidieverstrekkers voor innovatieve ideeën.

Wij brengen u graag in contact met die andere mensen. Tijdens kantoortijden, maar ook onder het genot van een borreltje op een ander moment. We denken graag mee om dat wilde idee nog wilder te laten worden. We zorgen ervoor dat die innovatie echt iets wordt. Wij zijn duidelijk anders dan sommige andere netwerken. Het lijkt wel of we innoveren...

Met ondernemende groet en Houdoe,



Hans Westendorp
Directeur
Stichting Brabant Onderneemt



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

VOORWOORD



8

BESCHERMING VAN INNOVATIE

Tegenwoordig wil iedereen het nieuwste van het nieuwste. Innovatie is dan ook niet meer weg te denken uit de hedendaagse samenleving. Maar als u als ondernemer een goed idee heeft voor een nieuw product, wilt u natuurlijk niet dat uw concurrent er mee aan de haal gaat. Bescherming van uw creatie is dan essentieel.



10

DOORSTA IEDERE STORM

Innovatie is een vlucht naar voren met een combinatie van slimheid en goede conditie. Sommige bedrijven reageren door de positie van voor de crisis te verdedigen. Nieuwe paden zijn echter gewenst om te overleven. Wie immers beseft dat ondernemen parallel staat aan innovatie, kan gouden zaken doen.



24

FISCAAL AANTREKKELIJK INNOVEREN

Nederland heeft een enthousiaste doelstelling: behoren tot de wereldtop op het gebied van kennis en innovatie. Ter stimulering zijn diverse fiscale faciliteiten in het leven geroepen. Ieder met zijn eigen voordelen en voorwaarden. Dit artikel beschrijft de drie belangrijkste, de WBSO, RDA en Innovatiebox.

LEGENDA

Er is een inhoudelijke tip bij het artikel toegevoegd.

U kunt online aanvullende documentatie downloaden.

Er is een LinkedIn profiel gekoppeld.

Er is een film- of geluidsfragment gekoppeld.

Er is een website link toegevoegd aan het artikel.

Er is een Twitter account gekoppeld.

Er kan online verder gediscussieerd worden over het artikel via de Brabant Breed LinkedIn Groep.

Coverstory	2
Ronald Voets: 'Vormgeven van de gemeentelijke dienstverlening van de toekomst'	
Voorwoord	4
Advertorial	6
Jong Ondernemen	
Column	7
Ik innoveer! Dus ik besta.	
Juridisch	8
Bescherming van innovatie	
Communicatie	10
Een staande innovatie	
Advertorial	12
Gemeente Eersel, Jasno, Vencomatic & VDL Groep	
Redactioneel	16
TU/e Innovation Lab	
Energie	18
Innovatie van Brabantse bodem	
Advertorial	20
BUFAB Benelux BV	
Column	21
Innoveren	
Redactioneel	22
Brabant Onderneemt agenda	
Accountancy	24
Fiscaal aantrekkelijk innoveren	
Column	27
Wat is uw license-to-win?	
Juridisch	28
Let op: uw website gaat binnenkort op de schop!	
Advertorial	30
ROEM Advies in Beleving	
Advertorial	33
Gehandicaptensport Brabant	
Advertorial	34
EKB Nederland	



DELEN IS VERMENIGVULDIGEN KENNISCHRIJVER WORDEN?

Nog enkele pagina's tegen gesubsidieerd tarief beschikbaar. Interesse?

Neem contact op met Stichting Brabant Onderneemt
T: (040) 266 15 28

Voor meer informatie kijk op www.brabantbreed.nl/kennispartners



ONDERNEMEN IS INNOVEREN!

Voor een ondernemer zijn er altijd veranderingen, geen dag is hetzelfde. Constant zijn er maatschappelijke ontwikkelingen, nieuwe concurrenten die er bij komen, ontstaan er andere klantbehoeften, etc. Als ondernemer dien je hierop in te spelen door innovatief om te gaan met bijvoorbeeld je productaanbod, een andere prijsstelling, nieuwe samenwerkingsverbanden en meer. Maar hoe doe je dit dan? En waar leer je dat? Als ondernemer dien je voorbereid te zijn op constante veranderingen en innovatieve oplossingen te bedenken. Dit is waar Jong Ondernemen voor staat. Jonge ondernemers al in een vroeg stadium niet alleen de theorie, maar ook de (innovatieve) vaardigheden over ondernemerschap bijbrengen.

Over Jong Ondernemen

Jong Ondernemen fungeert al 20 jaar als 'matchmaker' tussen jonge ondernemers, kennisinstellingen, overheid en bedrijfsleven. De stichting is een enthousiaste en ondernemende non-profit organisatie, waarbij een substantiële bijdrage nagestreefd wordt voor een betere economische toekomst van Nederland, die valt of staat met de mate van ondernemerschap van de jongeren van nu. Middels een doorlopende leerlijn -van lagere school tot en met universiteit- en de

door "learning by doing". Jong Ondernemen is hard gegroeid. Ooit begonnen met een paar honderd studenten, nu al circa 25.000 studenten in heel Nederland, waarvan circa 4.000 studenten in Noord-Brabant die deelnemen aan een Jong Ondernemen programma.

Learning by doing!

De ondernemerschap programma's van Jong Ondernemen bestaan uit een groep ('team') van zes tot acht studenten die leren hoe ze een eigen bedrijf opzetten en runnen. Uniek

deelnemers in de praktijk kennis met de innoverende wereld van ondernemerschap.

Samenwerken

Jong Ondernemen is een ideale stichting met een ANBI status en werkt samen met diverse bedrijven en organisaties die dit initiatief van harte steunen. Met bedrijven die een financiële bijdrage leveren, begeleiders beschikbaar stellen, hun locaties aanbieden ten behoeve van activiteiten of op andere wijzen dit initiatief ondersteunen. Daarnaast zijn er veel ervaren ondernemers die zich belangeloos inzetten als begeleider van de jonge ondernemers.

Een greep uit deelnemende Brabantse scholen

- Willem van Oranje college
- Business School Nootenboom
- Sint Lucas Bodel/ Eindhoven
- Koning Willem I college
- Avans Hogeschool
- Marco Polo
- De Stroom

Jong Ondernemen
Postbus 93002
2509 AA Den Haag
T. 070-3490150
info@jongondernemen.nl
www.jongondernemen.nl



Springplank naar ondernemerschap



"DEELNEMERS MAKEN IN DE PRAKTIJK KENNIS MET DE INNOVERENDE WERELD."

nauwe betrokkenheid vanuit het bedrijfsleven, ontwikkelen leerlingen en studenten van alle leeftijden ondernemersvaardigheden

hierbij is, dat ze op hun weg in het bedrijfsleven wegwijs worden gemaakt en geholpen door een ondernemer en een financieel adviseur. Zo maken de

IK INNOVEER!

DUS IK BESTA.

Innovatie. In elke briefing aan ons voor wat voor film dan ook, voor overheid, instelling of bedrijf, komt het woord voor. Elke organisatie wil (of moet?) zich tegenwoordig profileren als innovatief. En geef ze eens ongelijk. Wie wil er nu nog werken voor of met bedrijven of instellingen die niet innovatief zijn? Het woord staat synoniem voor vooruitgang, uitdaging, gezonde spanning, interessant en vooral nieuw! En juist dát hebben we allemaal nodig om onszelf te motiveren in deze tijd van verandering.

Hoe uitgekauwd het woord innovatie in de marketing & communicatie inmiddels misschien ook voelt, in de juiste context en voor bedrijven en instellingen die het als missie hebben, zit ik op het puntje van mijn stoel. Het is ook erg boeiend om als audiovisueel producent inzicht te krijgen in innovaties bij opdrachtgevers als Philips, TU/e, Efteling, VDL, B&G of NovaData. Om erover te kunnen vertellen in een film moeten we immers van de hoed en de rand weten en dat maakt dat we als een van de eersten vaak weten 'wat eraan komt'. En dat kun je veelal, zeker bij bovenstaande organisaties, met recht innovatie noemen.

Maar soms is de innovatie moeilijk of niet te filmen. Animaties bieden dan in ons vak de oplossing, maar doen altijd afbreuk aan de geloofwaardigheid. De kijker wil het liefste zien wat er werkelijk gebeurt. Dat was ook zo bij IKS International. Zij leveren een innovatie die real-time data, tot 4 cijfers achter de komma, monitort in laboratoria wereldwijd. Middels animaties prachtig weer te geven, maar het resultaat van de innovatie werd naar mijn idee te weinig geprofileerd. Bij het verlaten van het pand na de briefing viel me een foto in de gang op van een motorraceteam.

Een hobby van de eigenaar, gesponsord door het bedrijf. Dat bracht me op het idee om in de film een metafoor te maken tussen de interpretatie van data in laboratoria en de motorracesport; een kwestie van winnen of verliezen.

Innovatie heeft niet altijd alleen betrekking op nieuwe producten, maar ook op ideeën. En in dat laatste zijn wij dan weer innovatief, getuige de selectie van onze producties voor diverse filmfestivals en de vele prijzen die we, met name door onze innovatie in creatie, mochten ontvangen. Hopelijk komend jaar ook voor de film voor IKS International.

Innovatie maakt het leven interessant. Zeker in deze veranderende tijd, waarin innovatie op het gebied van duurzaamheid, efficiëntie, productiviteit (met respect voor mens en milieu) en gezondheid ons blijven motiveren. Doe mee! Innoveer en besta!



Jeroen Veldkamp

jeroen@veldkampproducties.com

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

www.linkedin.com/in/veldkampjeroen
www.veldkampproducties.com

Jeroen Veldkamp is directeur/eigenaar van Veldkamp Producties BV en produceert al bijna 18 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...

BESCHERMING VAN INNOVATIE

Tegenwoordig wil iedereen het nieuwste van het nieuwste. Innovatie is dan ook niet meer weg te denken uit de hedendaagse samenleving en wordt op verschillende manieren gestimuleerd. Maar als u als ondernemer een goed idee heeft voor een nieuw product, wilt u natuurlijk niet dat uw concurrent er mee aan de haal gaat. Bescherming van uw creatie is dan ook essentieel, en biedt daarnaast ook andere voordelen. Maar welke vormen van bescherming zijn er eigenlijk mogelijk en wat is daarbij nog meer belangrijk? In dit artikel wordt hierbij stilgestaan.

Intellectuele eigendomsrechten

Op basis van het intellectuele eigendomsrecht kunnen innovaties op verschillende manieren beschermd worden. De overkoepelende term intellectuele eigendomsrechten betreft allerlei vormen van wettelijke bescherming van creaties. De verschillende beschermingsregimes beschermen ieder een bepaald aspect van een creatie, bijvoorbeeld de techniek of de vormgeving. Sommige vormen van bescherming ontstaan automatisch (en dus kosteloos), door de enkele schepping zelf, andere worden verleend na aanvraag.

In de eerste plaats is het mogelijk een octrooi/patent aan te vragen voor de bescherming van techniek. Een octrooi biedt bescherming voor maximaal 20 jaar. Naast het octrooi zijn er de modelrechten voor de bescherming van vormgeving van een product in 2D of 3D. Door registratie van een modelrecht kan voor maximaal 25 jaar bescherming worden verkregen. Ook zonder registratie is een model gedurende drie jaar in de gehele Europese Unie beschermd, echter alleen tegen ontlening.

Als derde mogelijkheid kunnen de auteursrechten worden genoemd, die ook zien op bescherming van vormgeving in 2D of 3D. Een auteursrecht ontstaat reeds zonder registratie, door de enkele creatie van het werk en biedt bescherming tot maximaal 70 jaar na de dood van de auteursrechthebber. Bij rechtspersonen bestaat bescherming tot maximaal 70 jaar na de eerste openbaarmaking.

Tenslotte biedt een merkrecht bescherming voor onderscheidings tekens. Een merkrecht kan worden verkregen door inschrijving van het merk en wordt verleend voor 10 jaar, maar kan daarna onbeperkt worden verlengd.

Waarom bescherming?

Zonder bescherming is het eenieder in beginsel toegestaan de techniek of vormgeving toe te passen. Hoewel hierop uitzonderingen bestaan, is kopiëren niet zonder meer verboden. Intellectuele eigendomsrechten geven een veel grotere bescherming en maken het eenvoudiger om namaak te weren.

Intellectuele eigendomsrechten zijn wettelijke monopolies, die ook op andere manieren waardevermeerderend kunnen zijn voor uw onderneming. In de eerste plaats zorgt het monopolie voor een voorsprong op de concurrent en voor de mogelijkheid investeringen terug te verdienen. Door het verlenen van licenties (gebruiksrechten) kunnen bovendien aanvullende inkomsten worden gegenereerd (royalty's), ook op markten waar u zelf niet actief bent. Intellectuele eigendomsrechten zijn tot slot vermogensrechten, die kunnen worden overgedragen en bij overname van uw onderneming een verhoging van de waarde kunnen meebrengen.

Geheimhouding

Voor sommige beschermingsregimes is vereist dat de innovatie volstrekt nieuw is op het moment dat bescherming wordt aangevraagd. Bekendheid ergens ter wereld kan tot een ongeldig octrooi of model leiden. Absolute geheimhouding is hier dan ook noodzakelijk. Wanneer een uitvinding niet eenvoudig kan worden nagemaakt, kan geheimhouding bovendien een goed alternatief vormen voor het relatief dure octrooi. Voor zover derden op de hoogte moeten

zijn, kan de kennis worden verstrekt onder geheimhouding. In verband met bewijsproblemen is het zaak dat een schriftelijke geheimhoudingsverklaring wordt ondertekend.

Bewijs: I-depot

Zoals gezegd is voor bepaalde vormen van bescherming geen registratie nodig. Zonder registers waarin rechten zijn vastgelegd, kan het lastig zijn te bepalen wie de creatie als eerste heeft geschapen. Door de creatie uit te werken (in bewoordingen, tekeningen of anderszins) en deze te voorzien van een stempel met datum, kan eenvoudiger worden bewezen op welk moment de creatie is ontstaan. Een I-depot is een goedkope en effectieve manier van vastlegging. Doordat de uitwerking van de creatie in een verzegelde envelop wordt bewaard, kan nooit het verweer worden opgeworpen dat er achteraf elementen zouden zijn toegevoegd.

"Sommige vormen van bescherming ontstaan automatisch, door de enkele schepping zelf."

Overeenkomst

Indien innovatie door twee of meer personen/ondernemingen tot stand komt, zijn goede afspraken onontbeer-

lijk. De perceptie van wat partijen menen te zijn overeengekomen of rechtvaardig vinden, kan nogal eens uiteenlopen op het moment dat er discussie ontstaat en/of een partij zich terugtrekt uit de samenwerking. In een overeenkomst dient dan ook bij voorkeur de samenwerking en inbreng van partijen te worden geregeld, de vraag aan wie eventuele intellectuele eigendomsrechten toekomen, hoe/door wie deze worden geëxploiteerd en hoe winsten/verliezen worden verdeeld. Van belang is ook de gevolgen te regelen van het einde van de samenwerking, of van het vertrek van een partij.

Productie in China

Veel Europese ondernemers laten hun producten tegenwoordig in China produceren. Het probleem hierbij kan zijn dat de in China geproduceerde

producten door concurrenten in Europa worden geïmporteerd. Het is daarom van belang uw producten goed te beschermen in het gebied waar u zelf werkzaam bent, zodat deze import bij de grens kan worden tegengehouden. De douane biedt hiertoe speciale mogelijkheden.

Conclusie

De hierboven beschreven beschermingsregimes kunnen zoals gezegd op verschillende manieren waardevermeerderend zijn voor uw onderneming. Wanneer u een nieuw product ontwikkelt, is het dan ook van belang stil te staan bij de mogelijkheden van bescherming. Nu voor elke vorm van bescherming andere vereisten gelden, is het verstandig u direct bij aanvang van een nieuw project goed te laten informeren.



Françoise Alsters

Advocaat
f.alsters@pvdb.nl

www.linkedin.com/pub/francoise-alsters

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



EEN STAANDE INNOVATIE

DOORSTAAT IEDERE STORM

Innovatie is essentieel voor de ontwikkeling van de economie, toekomstige energievoorziening en zorg voor het milieu. Samenwerking is daarbij enorm urgent. Met name het bedrijfsleven, overheids- en onderwijsinstellingen dienen daarvoor samen te werken. Innovatie is een vlucht naar voren, met een combinatie van slimheid en goede conditie. Sommige bedrijven reageren door de positie van voor de crisis te verdedigen. Nieuwe paden en posities zijn echter gewenst om te overleven. Het is verstandiger te investeren in innovatie waarmee bedrijven en mensen een toekomst krijgen. Wie immers beseft dat ondernemen parallel staat aan innovatie, kan gouden zaken doen.

Wat is innovatie nu precies? Wikipedia omschrijft het als "een vernieuwing die betrekking heeft op nieuwe ideeën, goederen, diensten en processen". DeltaZuid gelooft dat innovatie meer is dan alleen een vernieuwing. Het is ondernemen met de hoofdletter O. Het is een verfrissende manier om uw organisatie of doelgroep in beweging te krijgen. Volgens DeltaZuid zijn het ideeën die prikkelen en welke middels de juiste mankracht, kennis en creativiteit succesvol toegepast kunnen worden. En dat is een nijpend onderdeel voor een gezonde onderneming.

Vandaag de dag hebben producten een steeds kortere levenscyclus. Innovatie wordt meer en meer een basisvoorwaarde voor de continuïteit van uw onderneming. Het doel van innovatie is een grotere waardecreatie. Het zorgt voor meer toegevoegde

waarde voor uw klant en voor uw bedrijf. Meer toegevoegde waarde voor uw klant zorgt voor meer omzet. Meer toegevoegde waarde voor uw bedrijf zorgt voor een bestendige, duurzame groei. Uit onderzoek blijkt dat de volgende innovaties het vaakst toegepast worden:

- investeren in nieuwe producten of diensten
- investeren in de vernieuwing van interne processen
- opzetten of uitvoeren van risicovolle projecten
- initiatieven nemen om te onderscheiden van de concurrentie

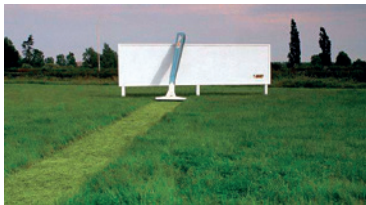
Vanuit een richtinggevend kader wordt de zoektocht naar nieuwe business doorgaans gestart. De grenzen van uw eigen businessdomein definiëren uw ruimte voor nieuwe business. Een creatieve blik werpen op je businessdomein kan leiden tot onverwachts nieuwe ruimte. BIC illustreert dit op prachtige wijze. Het domein 'schrijfwaren' vormde de uitbreiding naar potloden, gummetjes, lijm en stiften. Echter, wanneer BIC haar grenzen herdefinieerde als 'wegwerpobjecten', bleek de weg open te liggen voor een legio aan nieuwe productcategorieën. Zo bleek er onder andere markt te zijn

TIP

Stel jezelf eens vragen als: "Kunnen we meer verdienen door het gebruiksmoment van ons product op te rekken?" of "kunnen we meer verdienen door op een andere manier af te rekenen?"



voor wegwerpscheermesjes en aanstekers. Inmiddels verkoopt BIC wereldwijd meer dan 10 miljoen scheermesjes per dag. Maar dat is niet het enige.



Wat kan het businessmodel van KLM betekenen voor een uitgeverij? En wat steekt een bouwbedrijf op van een Rabobank? Juist kruisbestuiving biedt geweldige inspiratie om tot innovaties te komen. Nieuwe ruimte kan helpen de ramen open te zetten en u te laten verrassen en inspireren door een ander. Daarmee komt u niet enkel tot nieuwe productideeën, maar leert u

“Bedrijven die innoveren zorgen voor continuïteit. Bedrijven die niet bezig zijn met innovatie staan stil.”

ook te begrijpen op wat voor manier anderen geld verdienen. Deze andere manier van kijken kan helpen uw huidige producten anders te vermarkten. Hilti is in dit licht een interessant voorbeeld. Deze producent van gereedschap biedt klanten via hun systeem de optie voor een vast bedrag per maand een complete koffer met gereedschap te leasen. De gebruiker hoeft zich dus nooit meer druk te maken over onderhoud of over de hoge aanschafwaarde van een product. Klantdenken vormt in dit geval dus de oplossing.

Het belang van innovatie is u nu hoogstwaarschijnlijk wel duidelijk. Aankomen met alleen een innovatief concept is echter niet genoeg. Deze moet immers ook succesvol op de markt worden gebracht. Deze marktintroductie mislukt heden ten dage nog (onnodig) vaak. Het niet aansluiten bij de behoefte van de klant en een incorrecte prijsstelling zijn de meest voorkomende redenen. Dit is opmerkelijk aangezien dit juist zaken zijn die voor een groot deel te voorkomen zijn. Door goed te luisteren naar de behoefte van de klant. Het gaat niet alleen om het innovatieve concept, maar ook of de klant zit te wachten op deze innovatie

TIP

Reserveer minimaal 5 à 10% van uw omzet voor innovaties.

en bereid is ervoor te betalen. Succesvol innoveren is weten wat de klant wil. Juist nu!

Bedrijven die innoveren zorgen voor continuïteit. Bedrijven die niet bezig zijn met innovatie staan stil. Ze lopen achter de feiten aan. Op dit moment reserveren nog te weinig bedrijven een innovatiebudget. Daarentegen beschikken bedrijven meestal wel over een marketingbudget. Een kenmerk van ondernemers is het voor willen zijn en blijven van de concurrentie. Een vereiste om deze concurrenten voor te blijven, is innovatie. Daarom is innovatie een synoniem voor ondernemen. Als ik zo vrij mag zijn, in hoeverre innoveert uw organisatie?

Bronnen:
INSCOPE en Accenture.



DISCUSSIE

MKB bedrijven in Nederland innoveren niet genoeg.

Discussieer mee via de LinkedIn groep van Brabant Breed



Thijs Dorssers

Commercieel Directeur
thijs@deltazuid.nl
[linkedin.com/in/thijsdorssers](https://www.linkedin.com/in/thijsdorssers)
twitter.com/thijsdorssers

DeltaZuid
Hastelweg 252
5652 CN Eindhoven
Tel: (040) 266 15 25
www.deltazuid.nl

DELTAZUID
WAAR IDEEËN VORM KRIJGEN!

ANJA THIJS: "EERSELSE PRIJZEN EEN WAARDERING VOOR DE KEMPEN"

Mevrouw Anja Thijs-Rademakers, burgemeester van Eersel, straalt van oor tot oor. Haar gemeente heeft immers van de Kamer van Koophandel Brabant de titel 'Koploper 2013' gekregen. Een erkenning voor de beste gemeentelijke dienstverlening aan ondernemers. Deze award loopt parallel met de Koning Willem I-onderscheiding voor VDL Groep en Vencomatic, alsmede de BOV-prijs voor JASNO. Drie bedrijven met banden in Eersel.

Anja Thijs: "We moeten die prijzen echter breder trekken. Het is in feite een waardering voor De Kempen."

De Eerselse burgemeester kijkt nog een stukje verder en probeert de betekenis van De Kempen (gebied Bergeijk, Bladel, Eersel, Reusel) te duiden voor de grote regio. Anja Thijs is stellig: "Als we De Kempen sluiten, valt Eindhoven." Eersel heeft de onderscheiding van de KvK gekregen voor zijn klantvriendelijkheid en deskundigheid. "En dat betreft alle afdelingen waar de ondernemer mee te maken krijgt. Iedereen doet zijn/haar uiterste best. Wij denken mee in oplossingen of alternatieven."

Venco Groep

De Eerselse ondernemer Cor van de Ven, winnaar van Willem I prijs categorie MKB, onderstreept die klantgerichtheid van de gemeente Eersel nog eens zeer nadrukkelijk.

"Wij wilden met ons bedrijf Vencomatic groeien en het liefst in Eersel. Maar omdat we meer wilden dan een terrein van vijftien duizend vierkante meter moesten we eigenlijk naar het Kempisch Bedrijvenpark (KBp) in Bladel. Samen met de gemeente Eersel zijn we tot creatieve oplossingen gekomen. Onze roots liggen in Eersel. Dat willen we continueren."

Cor van de Ven verwijst daarmee naar het zeer revolutionaire bedrijfspand, de Venco Campus. Het wordt één van de meeste duurzame gebouwen van Nederland genoemd. Energie neutraal en in de natuur geïntegreerd. Het is een internationaal kennis-, onderzoeks- en innovatiecentrum voor de pluimveehouderij. Hier zetelt de Venco Groep. Met 450 medewerkers, bijna allemaal lokaal of regionaal, één van

de grootste werkgevers in Eersel. Het bedrijf is stevig verankerd in de Eerselse samenleving. Zo is Cor van de Ven maatschappelijk actief en sponsor van diverse verenigingen.

VDL Groep

De andere Eerselse winnaar van de Koning Willem I prijs, verkregen in de categorie Groot Bedrijf, is de inmiddels 65-jarige Wim van der Leegte. Eersel is als vestigingsplaats voor hem minder bepalend. Met zijn VDL Groep heeft hij vestigingen in bijna twintig landen over de gehele wereld. Zijn veilige thuishaven is echter het Eerselse kerkdorp Duizel. Zijn eerste bedrijven stonden ook in De Kempen, in Hapert. "In De Kempen zijn we groot geworden." Wim van der Leegte spreekt met trots over zijn Brabantse en Kempische inslag.

Cor van de Ven Vencomatic



Vencomatic Eersel, winnaar van de Koning Willem I prijs categorie MKB, is in 1983 opgericht door Cor en Han van de Ven. Het bedrijf ontwikkelt, produceert en verkoopt een breed assortiment pluimveesystemen. Cor van de Ven (59), geboren en getogen Eerselnaar, startte toentertijd met het eerste automatische nest. Vencomatic is uitgegroeid tot een bedrijf met revolutionaire ideeën voor de pluimveesector. Vencomatic is een onderdeel van de Venco Groep waarbinnen de bedrijven allen actief zijn in de pluimveesector. De Venco Groep is eigendom van de familie Van de Ven. Het paradepaardje van de Venco Groep is de Venco Campus, in september 2012 geopend door de toenmalige Prins Willem Alexander. De Venco Campus biedt onderdak aan vooruitstrevende en innovatieve bedrijven die actief zijn in of gerelateerd zijn aan de pluimveesector. De Venco Campus beschikt onder meer over een auditorium, instructielokalen en vergaderruimten. Bijzonder is dat ook visclub HV de Gender op het Campusterrein aan de Meerheide aanwezig is met een eigen clubgebouw.

Wim van der Leegte VDL



Wim van der Leegte (65) nam als 19-jarige HTS-student de leiding van het bedrijf 'Metaal- en Constructiewerkplaats P. van der Leegte NV' te Hapert over van zijn vader. In 1972 nam hij de aandelen over. Uiteindelijk is dit uitgegroeid tot de huidige VDL Groep. Wim van der Leegte is president-directeur van de onderneming. De VDL Groep is een familiebedrijf van 82 industriële werkmaatschappijen met bijna negenduizend medewerkers verspreid over achttien landen. Het bedrijf legt zich toe op de ontwikkeling, productie en verkoop van halffabricaten, bussen, auto's en tal van andere eindproducten. Het hoofdkantoor van de VDL Groep zit in Eindhoven. Wim van der Leegte is begin dit jaar benoemd tot ereburger van Noord-Brabant. Vorig jaar ontving hij op de Floriade in Venlo uit handen van toenmalig kroonprins Willem-Alexander de 'Koning Willem I Prijs 2012' in de categorie 'Groot Bedrijf'. Enkele van zijn nevenfuncties zijn: voorzitter van de Eindhovensche Fabrikantenkring, lid van Stichtingsbestuur Brainport en Stichting PSV Voetbal. Wim van der Leegte woont in Duizel (gemeente Eersel), waar hij eigenaar is van Stoeterij Duyselshof.



V.l.n.r. Win van der Leegte, Simon Sants, Anja Thijs-Rademakers en Cor van de Ven.

Simon Sants JASNO

JASNO

De JASNO-eigenaren Simon Sants en Jeroen Hermans zijn in maart van dit jaar met hun bedrijf uitgeroepen tot winnaar van de 'Beste Ondernemers Visie (BOV) trofee 2013' regio Eindhoven en De Kempen. Simon Sants (41) is sinds tien jaar mede-eigenaar van het bedrijf, dat door Jeroen Hermans als éénmanszaak is opgestart. Jeroen is directeur externe aangelegenheden. Simon leidt de interne zaken. JASNO is gespecialiseerd in shutters en blinds, respectievelijk houten luiken met verstelbare lamellen en houten jaloezieën. JASNO maakt sfeervolle en op maat gemaakte raamdecoratie, ontworpen door echte designers. Het laatste nieuwtje is dat de consument voortaan thuis met behulp van een APP een foto van het raam kan maken en direct het JASNO-product waarheidsgetrouw in beeld tovert. Het hoofdkantoor van JASNO Shutters BV staat aan de Koperslager in Eersel. Het bedrijf telt een kleine 25 medewerkers. Het overgrote deel van de JASNO-producten gaat naar België, Duitsland, Frankrijk, Nederland en Polen. Het streven voor de eerstkomende jaren: meer producten in meer landen.

Anja Thijs-Rademakers Burgemeester van Eersel



Voor Anja Thijs-Rademakers was het in 2008 niet moeilijk te solliciteren naar de baan van burgemeester van Eersel. "Omdat Eersel een plattelandsgemeente is die bij mij past", liet ze toentertijd optekenen in een regionaal dagblad. Anja Thijs (61) werd op 3 maart 2008 beëdigd en geïnstalleerd als burgemeester van gemeente Eersel. In haar portefeuille zit onder meer veiligheid, handhaving, communicatie, burgerparticipatie én personeel en organisatie. Als nevenfuncties bekleedt ze onder meer het voorzitterschap van WVK-Groep en Intergemeentelijke Sociale Dienst Kempengemeenten. Verder is ze lid van het dagelijks bestuur SRE, Raad van Toezicht Savant Zorg, aandeelhouderscommissie Brabant Water en Provinciale Stuurgroep Samen Sterk in het Buitengebied. Voor haar burgemeesterschap bij gemeente Eersel was Anja Thijs van 2002 tot 2008 wethouder in de gemeente Someren. Daarvoor was ze er vanaf 1998 raadslid/ fractievoorzitter namens het CDA. Anja Thijs is van geboorte West Brabantse (Oudenbosch). Op zestienjarige leeftijd maakt ze al deel uit van de Jongerenraad Steenberg. In 1971 is ze verhuisd naar Someren en sinds 2010 woonachtig in de gemeente Eersel.



En zeer uitgesproken is hij als hij de Kempische mens koppelt aan werkhouding. Kempenaren noemt hij echte doeners. De Kempische aard typeert hij als ondernemend, samenwerkend, vernieuwend. "Gewoon harde werkers. Niet te lang praten. Durven en doen!" Dat beschouwt hij ook als zijn eigen sterke kanten. "Het getuigt toch van lef als je op je 65-ste nog een autofabriek overneemt", lacht hij breeduit. Wim van der Leegte wacht vol ongeduld op het moment dat in Born (L) de eerste auto van de band rolt. "Dan is VDL pas echt compleet."

JASNO

Een belangrijke afweging voor Simon Sants van JASNO Shutters BV (houten luiken en jaloezieën) om zich in 2005

IndustrieGroepEersel (IGE). Onder meer vanwege de speciale functionaris die als intermediair werkt tussen IGE en gemeente. Het gaat dan om een goede afstemming, in het belang van de ondernemers, tussen de verschillende gemeentelijke diensten. "IndustrieGroepEersel kan zo faciliterend zijn. Denk aan beveiliging, verkeersvoorzieningen zoals bewegwijzering, parkeren en goede bereikbaarheid maar ook gezamenlijk inkoop. De lijnen met de gemeente zijn kort. En dat is voor ondernemers prettig te ervaren."

Kempentrofee

Voor burgemeester Anja Thijs klinken de woorden van de ondernemers als muziek in de oren. Maar Eersel wil het een en ander breder uitdragen.

"DE LIJNEN MET DE GEMEENTE ZIJN KORT EN DAT IS VOOR DE ONDERNEMERS PRETTIG."

in Eersel te vestigen was de ligging. Naar eigen zeggen wilde hij per se in het '0497-gebied' zitten met een goede bereikbaarheid, een goede ontsluiting via het snelwegennet. De keuze voor Eersel noemt Simon Sants een goede. Hij ervaart industrieterrein De Haagdoorn als een prettige werkomgeving. De gemeente Eersel kenschetst hij als ondernemersvriendelijk. Simon Sants is vooral uiterst tevreden over de

Een combinatie van mooie leefomgeving, een duurzaam bloeiende bedrijvigheid en een aangenaam maatschappelijk klimaat. Anja Thijs hengelt daarmee voor haar gemeente naar de Brabantse Kempentrofee. Deze wordt uitgereikt op het Brabantse Kempenfestival op 30 juni op de Markt in Eersel. "Wij hebben de zorg voor de leefomgeving hoog in het vaandel staan. Kempisch wonen in een wereldregio."

Business Open

Ontspannen netwerken

Een netwerk golfdag voor ondernemers uit Eindhoven en omstreken.

Speel mee en ontmoet ondernemers uit uw regio.

Noteer in uw agenda:

BurgGolf Gendersteyn Veldhoven

Vrijdag 27 september 2013

Ga voor meer informatie naar:

www.burggolf.nl/openeindhoven

Golft u nog niet maar wilt u het wel leren. Dan hebben wij voor u een pakket op maat!





"INNOVATIE IS MENSENWERK"

Veel innovaties vinden hun oorsprong bij de Technische Universiteit Eindhoven (TU/e). Op de campus blijkt er zelfs een aparte afdeling voor te zijn: het TU/e Innovation Lab. We spraken met Steef Blok, de directeur.

Wat betekent innovatie voor u?

"Vanuit het TU/e Innovation Lab beredeneerd is innovatie 'kennis die leidt tot producten, diensten, omzet en winst'. Voor mij persoonlijk is innovatie in de eerste plaats mensenwerk, dat lijkt nog wel eens vergeten te worden. Innovatie begint met mensen die iets willen veranderen, iets willen verbeteren. En als die wil er is, dan komt het er vervolgens op aan slim, creatief en vooral vasthoudend te zijn."

"ALS WE KENNIS NIET GAAN TOEPASSEN, DAN HEEFT HET OOK GEEN ZIN OM DEZE TE ONTWIKKELEN"

Wat is uw rol in het innovatieproces?

"Dat zijn meerdere rollen. Aan de ene kant probeer ik gestalte te geven aan kennisvalorisatie binnen de TU/e. TU/e alumnus Herman Wijffels vatte de taak waar we voor staan mooi samen: 'Als we kennis niet gaan toepassen, dan heeft het ook geen zin

om deze te ontwikkelen'. We zijn al de nummer 1 universiteit van Nederland als het gaat om de samenwerking met het bedrijfsleven. Om zoveel mogelijk kennis te transformeren tot diensten en producten willen we nóg intensiever gaan samenwerken met het bedrijfsleven.

Aan de andere kant zijn we als TU/e Innovation Lab heel praktisch bezig. We helpen wetenschappers om hun kennis en hun vindingen naar de markt te brengen. We helpen studenten bij het starten van hun eigen bedrijf. En we helpen ondernemers bij het oplossen van hun innovatievraagstukken."

"En we helpen ondernemers bij het oplossen van hun innovatievraagstukken." Wilt u dat eens toelichten?

"Een voorbeeld is een ondernemer die een idee heeft maar niet genoeg knappe koppen of apparatuur in huis heeft om zo'n idee tot een product te verwerken. Die ondernemer kunnen we helpen.

De ondernemer die een goed idee heeft maar op basis van alleen dit idee



niet verder komt in de ontwikkeling tot een product of met zijn bank. Wij kunnen zorgen dat dit idee wetenschappelijk wordt onderzocht, zodat het geen idee meer is maar een wetenschappelijk beproefd concept. Dat kan een bank op andere gedachten brengen.

Klopt een ondernemer aan met een écht nieuwe vinding, dan kunnen we hem helpen met het beschermen of met het verkopen ervan. En komt er nieuwe business uit voort, dan kunnen we helpen om daar de juiste geldverstrekkingen bij te vinden."

Dus ook voor bedrijfsfinanciering kunnen ondernemers bij u terecht?

"Bij ons gaat het in de eerste plaats om kennisuitwisseling; de uitwisseling van kennis tussen de TU/e en het bedrijfsleven. Klopt u bij ons aan met een technisch innovatieprobleem dat opgelost kan worden door wetenschappers of studenten van de TU/e, dan kunnen we helpen. Wilt u daarna verder met de student of met de kennis van de TU/e? Ook dan kunnen we op allerlei manieren helpen. Het vinden van de juiste geldverstrekkingen is er daar slechts een van."

Dat klinkt als welkome hulp. Hoe kan het dat ondernemers in de regio u dan nog niet kennen?

"Brabant Breed heeft de primeur: het TU/e Innovation Lab bracht kennis naar de maatschappij, en deed dat vooral via grote internationaal opererende bedrijven. Eind 2012 is de koers verlegd. We blijven kennis naar de maatschappij brengen, maar verdelen onze aandacht over internationaal opererende bedrijven én onze eigen achtertuin. Het stimuleren van innovatie, ondernemerschap, de economie en de arbeidsmarkt in de regio krijgt nu meer aandacht. Wat MKB-ondernemers hiervan gaan merken is dat we enerzijds toegankelijker en anderzijds ondernemender worden: "TU/e Innovation Lab is open for business"."

Zijn alle ondernemers en ondernemingen welkom?

"Zolang het gaat om innovatie waar de TU/e een rol in kan spelen maken we qua aard of omvang geen onderscheid. We hebben wel een focus: we weten dat een bedrijf met 50 werknemers anderhalf keer zoveel rendement haalt uit zijn innovatie als een bedrijf met 2 werknemers. Daarom willen we juist

kleine bedrijven met groeipotentie helpen met hun innovatie en met het verhogen van het rendement op hun innovatie. Meer innoveren en een hoger rendement leidt tot groei. En dat is goed voor de regionale arbeidsmarkt en voor het innovatief vermogen in de regio."

Hoe gaat u die doelen bereiken?

"Wij kunnen ondernemers helpen en ondernemers kunnen ons helpen. We hebben elkaar nodig. Wij hebben hier een hoop 'knappe koppen' die dolgraag voor zichzelf willen beginnen. Het zou fantastisch zijn als ervaren ondernemers onze onervaren starters willen helpen en dat er op die manier een dynamische mix ontstaat van creativiteit, kennis, enthousiasme en ervaring."

Op welke wijze kunnen ondernemers in contact komen?

"Ondernemers die hulp vragen of bieden kunnen ons altijd aanspreken bij de bijeenkomst van Stichting Brabant Onderneemt. Maar op welke andere manier dan ook contact opnemen is natuurlijk eveneens geen probleem. In een ongedwongen sfeer verkennen wat we voor elkaar kunnen betekenen, dat lijkt mij de ideale setting."

TU/e Innovation Lab
MultiMediaPaviljoen
Horsten 1
5612 AX Eindhoven
Tel: (040) 247 48 22
innovationlab@tue.nl
www.tue.nl/innoveren

INNOVATIE VAN BRABANTSE BODEM

INNOVATIEF, DUURZAAM EN ECONOMISCH ONDERNEMEN

Ontlakken en reinigen kunnen een onderneming substantiële besparingen opleveren. Zowel in euro's als in de ecologische voetafdruk, de effecten die de bedrijfsvoering heeft op het milieu. TCI-cleaning heeft hier veel technieken voor bedacht. En haar interne duurzame beleid legt het bedrijf ook geen windeieren.

“Topkwaliteit leveren met supergoede en milieuvriendelijke technieken. Dan komt de groei vanzelf”

In de opbouwjaren na WOII was het een slecht teken geweest: een schoorsteen waar geen rook uit komt. Anno 2013 is het de trots van TCI-cleaning in Tilburg. Hun pyrolytische ovens vergassen alle organische bestanddelen van een lak, de rook gaat in een naverbrander, zodat uiteindelijk alleen warme lucht de schoorsteen verlaat. De as die overblijft, is een welkome grondstof voor de cementindustrie. Het resultaat is nul emissie. TCI-grondlegger Jos Berkers was al vroeg bezig met duurzaamheid. Zoon Frans, sinds 2009 directeur-eigenaar: “Hij vond het leuk en belangrijk, ik vind het nog leuker en belangrijker. Ik ben er continu mee bezig. Het zijn investeringen in tijd of geld die op de langere duur altijd wat opleveren. Lagere rekeningen voor energie en afvalverwerking, tevreden medewerkers en een goede relatie met waterschap en gemeente. Bovendien willen steeds meer klanten dat je goed en schoon werkt.”

Schone technieken

Ontlakken en reinigen klinkt niet direct als een duurzame bezigheid, maar schijn bedriegt. Frans Berkers: “Als wij een machine van een paar ton zo kunnen ontlakken en reinigen dat hij weer functioneert als een nieuwe, hoeft hij niet vervangen te worden. Dat scheelt enorm in materialen en kosten. We hebben daar allerlei schone technieken voor. Lak pyroliseren we in de oven, de rook gaat in de naverbrander. Al onze vloeistofstromen komen in een bezinkput en gaan door onze eigen waterreiniging, zodat we tapzuiver water lozen op het riool. Sommige loog- en zuurbaden mengen we na gebruik, waardoor ze elkaar neutraliseren. Bij glycollyse reinigen we met een olieachtige vloeistof, die je na gebruik terug kunt genereren naar brandstof. De afvalwerker is er blij mee.”

Zonder mensen gaat het niet

“In een bedrijf als het onze is techniek heel belangrijk. We zijn altijd geïnteresseerd in nieuwe technieken en onderzoeken ze in ons eigen laboratorium. Ook willen we het procesverloop verder automatiseren en verfijnen. Met warmtewisselaars willen we verder besparen op ons

TIP

Stel interne duurzaamheidsdoelen op en beloon medewerkers op een leuke manier als deze worden behaald.



gas- en elektriciteitsverbruik. Maar echt goed draaien gaat alleen wanneer je medewerkers betrokken zijn. We communiceren dus veel, proberen het leuk te maken voor hen. We houden presentaties over duurzaamheid, vertellen wat onze doelen zijn en waarom en geven een bonus wanneer we ze halen. Hetzelfde bedrag voor allemaal, want iedereen is even belangrijk. We zoeken ook leveranciers die fatsoenlijk werken. Bij onderhandelingen vragen we dus altijd hoe schoon hun processen zijn. Dan hebben we de keus met wie we uiteindelijk zaken doen. Maar onze transporteur bijvoorbeeld wil zelf ook graag zo schoon mogelijk rijden. Een van zijn trucks op biobrandstof rijdt nu exclusief voor ons!"

TIP

Kijk ook buiten de deur naar duurzaamheidsinitiatieven en doe alleen zaken met leveranciers die duurzaamheid ook hoog in het vaandel hebben staan.

Duurzaam hart

TCI-Cleaning heeft de techniek, de mensen, en last but not least een officiële erkenning van goede

bedrijfsvoering. "TCI-Cleaning heeft het ISO14001 certificaat, wat betekent dat je voldoet aan de hoogste milieu-eisen. Dan hoeft je niet meer te bewijzen hoe goed je het doet. Ik heb gemerkt dat klanten dat ook belangrijk vinden. Het is voor hen een reden om zaken met ons te doen. Klanten tot uit China en Amerika sturen hun spullen naar ons toe. Duurzaamheid draag ik in mijn hart, daar wil ik verder mee. Topkwaliteit leveren met supergoede en milieuvriendelijke technieken. Dan komt de groei vanzelf."

Hoe start u met verduurzamen?

Bij duurzaam ondernemen moet u bij uw bedrijfsvoering rekening houden met de effecten van activiteiten op mens en milieu. Hoe werkt dat? Bepaal eerst welke bedrijfsprocessen en activiteiten er bij uw bedrijf plaatsvinden. Bij een bedrijf heeft u over het algemeen te maken met de vier hoofdactiviteiten: interne processen, inkoop, product/dienst en relaties. Ga vervolgens per punt na hoe de zaken op dit moment worden aangepakt en hoe er meer rekening gehouden zou kunnen worden met duurzaamheid. Zorg voor een heldere visie en zie het als een kans om uw bedrijf te versterken en tegelijkertijd

bij te dragen aan een betere wereld. Betrek medewerkers, klanten en leveranciers bij de keuzes en de uitvoering; duurzaam ondernemen is een vorm van samenwerking.

Hulp nodig?

Energie is uiteraard ook één van de aandachtspunten als u met duurzaamheid aan de slag gaat. Wij werken graag met u samen aan een groene onderneming. Kijk voor meer informatie op www.eon.nl/toekomst.



DISCUSSIE

Duurzaamheid vraagt om innovatie, maar ook om investeringen. De overheid zou meer subsidies beschikbaar moeten stellen voor duurzame initiatieven.

Discussieer mee via de LinkedIn groep van Brabant Breed



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

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

e-on



BUFAB SCHROEFT HAAR MARKT OP

Hoe innovatief je met je onderneming ook bent. Hoe maatschappelijk verantwoord je ook wel niet bezig mag zijn. "Het komt uiteindelijk altijd neer op de eurootjes". Zo ook bij deze internationaal gevestigde leverancier van bevestigingsmaterialen. Welkom in de wereld van de schroefjes, boutjes en moertjes. Welkom in de wereld van Peter van Heeswijk, Managing Director van Bufab Benelux BV en board member van Bufab Group.

Wereldspeler

Met een productreeks van zo'n 125.000 verschillende artikelen hebben we het niet over zomaar een speler in de maakindustrie. Bufab Group betreft een van de giganten op het gebied van bevestigingsmaterialen, nazaat van het 140 jaar oude Bulten. Het pand in Eindhoven is met 14 medewerkers slechts een spil in het wereldwijde netwerk van productie-, inkoop- en saleslocaties. Vanuit het Zweedse hoofdkwartier wordt de "Think global, act local"-gedachte opgeschaald. Al ruim achtendertig jaar lang. "We leveren een uitgebreid gamma bevestigingsmaterialen aan verschillende markten en toepassingen. Onze spreiding maakt het mogelijk om ook andere markten, met name die in het Verre Oosten, te ontwikkelen. In de kopijmaatschappij is het voor een

partij als Bufab grootse zaak om welwillende klanten te vinden die afstemmen op de onverzettelijke kwaliteit van hun productie. "Een bout is geen emotioneel product. We zijn dus aangewezen op andere urgente factoren", verklaart Peter van Heeswijk. Daar doelt hij onder andere op de grote gunfactor die aan deze branche kleef. "Dankzij ons lange bestaan en de daardoor opgebouwde relaties regeert het ons-kent-ons principe." Zo werkt Bufab samen met VDL, ASML en levert het vrijwel alle boutjes en moertjes voor de IKEA. De andere factor slaat op de kosten. "Het standaard goed zelf is niet uniek. Daarom kijken klanten puur naar wat voor cijfers er onder de streep staan." Dat maakt dat Bufab ernaar streeft de concurrentie en de low-cost-countries in de ontwikkeling telkens een stap voor te zijn.

Eigen product

Een van die recente ontwikkelingen treft BUMAX®, een sterk en solide merk van bevestigingsmaterialen. Met 22% van de omzet vormt deze eigen productie een belangrijk segment in het bestaansrecht van deze oudste boutenfabriek in Europa. De hoogwaardige kwaliteit maakt de producten van dit homemade merk uiterst geschikt voor veeleisende locaties. "Zo combineert het zekerheid en weinig onderhoud voor bijvoorbeeld kerncentrales en olieplatforms." Dit is slechts een van de vormen waarin Bufab haar markt opschroeft. Deze gespecialiseerde leverancier kent niet voor niets vestigingen in 24 landen, wereldwijd verdeeld. Het kan zoals het er nu naar uitziet met opgeheven hoofd de krachtmeting met de concurrentie aangaan. BUMAX® is de bevestiging.

Bufab Benelux BV
Postbox 1876
5602 CB Eindhoven
Tel: (040) 711 24 00
www.bufab.com



INNOVEREN

Nieuwe producten, nieuwe technieken, nieuwe paden, nieuwe partners?! Iedereen wil vernieuwen, verbeteren en verbouwen. Alles moet mooier, sneller, groter en meer! De zucht naar groei en afwisseling lijkt inmiddels wel een doel op zich. Als er 3 maanden geen berichten zijn over de volgende generatie iPhones zakt het aandeel van Apple. Terwijl we vroeger een hele generatie deden met 1 telefoon. Gaf het moeten kiezen tussen enkel vanille, aardbei of mokka werkelijk zoveel problemen dat er 24 smaken bij moesten komen? Is het voor onderwijzers echt makkelijker les geven nu ze weten dat er 16 verschillende typen kids bestaan in het autistisch spectrum? Nog geen 50 jaar geleden hadden we slechts 2 soorten koters; lieve en stoute. En de stoute sloeg je gewoon wat harder, dan werden ze vanzelf lief.

Wat voedt de drive tot innoveren? Is goed niet meer goed genoeg? Wordt de kwaliteit van ons leven zoveel beter door de 'verbeter' snelheid van de wereld? Maslow leerde ons, ergens in zijn oude piramide, dat de mens behoefte heeft aan zekerheid en veiligheid. Hoe kan je in hemelsnaam deze toestand nog bereiken in een omgeving die zo ontzettend dynamisch en vluchtig is. We hoppen zonder gêne tussen producten, providers, verzekeraars en werkgevers. Bang om de nieuwste versie te missen updaten wij dagelijks ons leven. Een kennis schertste dat hij wenste dat er ook van zijn vrouw een 2.0 te downloaden was.

Kijk, je moet natuurlijk wél scherp blijven. Luister goed naar je klanten en let op of er geen verschuivingen plaatsvinden in de behoeften van de markt.

Ward niet de Kodak van je branche. Wist je dat zij de allereerste waren die een digitale draagbare camera hebben ontwikkeld (lees versjouwbare; het krenk was groter dan een kofffiezetapparaat). Zij hebben echter het project gestaakt omdat dit product hun core business, de celluloid rolletjes, teveel zou kannibaliseren. Foutie... bedankt!

Als we inzoomen op waar het allemaal écht om gaat, dan kan de vervangingsnelheid best een paar tandjes omlaag. Denk maar eens terug aan de mooiste momenten van je leven. Zonder twijfel horen daar woorden bij als liefde, plezier, veiligheid, gezondheid en diepgang. Deze zaken zijn en blijven tijdloos en onveranderlijk. Dat behoeft geen inno- of renovatie. Laten we bij de ontwikkeling van onze producten en diensten ten alle tijden deze waarden primair houden. Alleen dan blijft de focus op kwaliteit en zul je altijd je centjes blijven verdienen.

Dit gezegd hebbende... het wordt onderhand
WEL eens tijd voor;

- Voetbal 2.0 - mét zuivere speeltijd, vierde digitale scheids en zonder buitenspelval,
- Seminar 2.0 - mét verbod op powerpoint, beamers en humorloze feitendiarree,
- Bijbel 3.0 - mét dino's in Genesis, homo's in de brief aan de Romeinen en een link naar condoom.com!

Remco Claassen



DE KRACHT VAN BRABANT IN ENTERTAINMENT

Paaspop geldt jaar in jaar uit als de officiële aftrap van het festivalseizoen. Maar hoe zet men zo'n grootschalig evenement op touw, en hoe gaat het voorbereidingsproces precies in z'n werk? Daar kwamen we deze Goede Vrijdag, samen met dertig enthousiaste ondernemers, achter. Middels een uitgebreide rondleiding kregen we inzicht in de aanpak en de werkwijze van een indrukwekkend festival als Paaspop. Na al deze opgedane kennis hadden de aanwezige gasten de mogelijkheid backstage te netwerken of te genieten van de presente acts op het festivalterrein.

DOELGERICHT

Onder het motto "Als je niet schiet kun je ook niet scoren" waren we halverwege april te gast bij Sportcomplex Maaspoort, het basketbal-walhall van The Eiffeltowers. Rond de klok van zeven werden we door Jos Frederiks 'Doelgericht' bijgepraat over de link tussen het basketbal en ondernemen. Waarna we de playoff-wedstrijd van The Eiffeltowers – Stepco Weert live mochten aanschouwen. Met de winst op zak en een overwinningsspeech van coach Raoul Korner genoten de aanwezigen van de naborrel.

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

TERUGBLIK

BRABANT ONDERNEEMT

AGENDA 2013

Brabant Onderneemt heeft binnenkort weer tal van interessante en inspirerende 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.

AUGUSTUS 2013: PRODUCTIE

Uw bedrijfsvoering verduurzamen oftewel maatschappelijk verantwoord ondernemen kan op vele manieren. Door een stap hierin te zetten kan u zich als ondernemer richten op nieuwe marktkansen, groei en innovatie met winst voor mens en milieu. We nemen een kijkje bij een van de koplopers op gebied van duurzaamheid. Een onderneming die het Cradle-to-Cradle®* principe aanneemt en zo een baanbrekende stap vooruitzet op milieugebied.

SEPTEMBER 2013: DE KRACHT VAN BRABANT – IN SAMENWERKING

Eind september hebben we letterlijk de wind in de zeilen. Onder de vlag 'De Kracht van Brabant in Samenwerking' gaan we met een geselecteerd gezelschap van 30 personen zelf het stuurwiel ter hand nemen. Op management- en directieniveau zullen onder het genot van de serene rust op zee kennis, ervaringen en contacten gedeeld worden. Deze bijeenkomst is alleen toegankelijk voor genodigden.

OKTOBER 2013: DUTCH DOING

Innovaties zijn van alle tijden. Tijdens de voordagen van de Dutch Design Week staat Jos Baijens op de planken om zijn woordje te doen betreffende zijn werkwijze en successen van zijn ondernemingen. Gedurende deze vorm van 'infotainment' zal Regardz de Gele Kegels Eindhoven beschikbaar stellen om daar vervolgens onder het genot van een natje en een droogje contacten te delen en ervaringen uit te wisselen.

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 e-mailen naar secretariaat@brabantonderneemt.nl.



UITGELICHT

experientis



Wim Schuurmans

Experientis B.V.

Raadhuisplein 6
5258 BJ Berlicum
T 073 503 93 40
info@experientis.nl
www.experientis.nl

SintLucas
CREATIEVE ONDERNEMERS



Ben Oligschläger

Sint Lucas

Von Flotowlaan 1
5653 AD Eindhoven
T 040 259 13 91
info@sintlucas.nl
www.sintlucas.nl

Brabantse Ontwikkelings Maatschappij
BOM



Adriaan van Loon

Brabantse Ontwikkelings Maatschappij

Goirleseweg 15
5026 PB Tilburg
T 088 831 11 20
receptie@bom.nl
www.bom.nl

CHAIN LOGISTICS
FOR FLEXIBLE SUPPORT



Rob Jansen

Chain Logistics

Jagersveld 10
5405 BW Uden
T 041 333 02 88
sales@chain-logistics.nl
www.chain-logistics.nl

W&B
Willemsen en Biersens
Consultants



Twan Biersens

W&B Consultants

Den Elding 127
5421 MC Gemert
T 06 23 16 09 60
twan@wenbconsultants.nl
www.wenbconsultants.nl

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

FISCAAL AANTREKKELIJK INNOVEREN

Nederland heeft een enthousiaste doelstelling: behoren tot de wereldtop op het gebied van kennis en innovatie. Ter stimulering zijn diverse fiscale faciliteiten in het leven geroepen. Ieder met zijn eigen voordelen en voorwaarden. Dit artikel beschrijft de drie belangrijkste, de WBSO, RDA en Innovatiebox. Iedere branche, groot of klein, mits innovatief, kan in aanmerking komen. Bij een combinatie van de faciliteiten loopt het voordeel fors op. Laten we ze eens nader bekijken.

WBSO

Op grond van de Wet Bevordering Speur- en Ontwikkelingswerk (WBSO) kunnen ondernemers een korting krijgen op de af te dragen loonheffing. Voorwaarde is dat de onderneming speur- en ontwikkelingswerkzaamheden (S&O) verricht met behulp van eigen medewerkers.

De korting wordt bepaald aan de hand van de loonsom die betrekking heeft op S&O werkzaamheden. De loonsom = S&O uren x gemiddelde uurtarief. Bij S&O starters wordt het uurtarief vastgesteld op €29.

In 2013 bedraagt de korting 38% tot een loonsom van €200.000. Daarboven is de korting 14%.

“De WBSO kan ook toegepast worden voor eenmanszaken, ZZP’ers of vennootschappen onder firma’s zonder personeel.”

Voor starters wordt het percentage van 38% verhoogd naar 50%. Ook loonkosten van de directeur (DGA) kunnen meetellen. De korting is maximaal €14 miljoen per belastingplichtige.

Heeft u geen personeel? De WBSO kan ook toegepast worden voor eenmanszaken, ZZP’ers of vennootschappen onder firma’s zonder personeel. In dat geval is de aftrek een vast bedrag van €12.310 en voor starters €18.467. Op jaarbasis moet dan wel minimaal 500 uur worden besteed aan de S&O werkzaamheden.

Voor toepassing van de regeling moet een aanvraag worden ingediend bij het Agentschap NL. De aanvraag moet betrekking hebben op de ontwikkeling van technisch nieuwe producten, productieprocessen, software/programmatuur, technisch onderzoek of een analyse van de haalbaarheid. Alhoewel er uiteraard grenzen zijn aan wat wordt gezien als innovatie, geldt dat in de praktijk sneller sprake is van innovatie dan men zou verwachten. De korting is ook van toepassing indien het innovatieproject uiteindelijk mislukt of niet haalbaar blijkt.

Als wordt voldaan aan de voorwaarden geeft Agentschap NL een zogenaamde S&O-verklaring af, waarin het aantal S&O uren bepaald wordt. De verklaring geldt ook als entreebewijs voor de RDA regeling en Innovatiebox. Zie hierna.

Research en Development Aftrek (RDA)

De hiervoor beschreven WBSO is een korting op de loonheffing. De RDA biedt een extra aftrek op de winst in de inkomstenbelasting (eenmanszaak, zelfstandige, vof) of de vennootschapsbelasting (BV, NV). Deze houdt in dat voor alle onderzoekskosten, zoals materiaal, apparatuur, proefopstellingen, enzovoorts een extra aftrek wordt geboden. Praktisch zijn dit alle onderzoekskosten met uitsluiting van de loonkosten, want hiervoor geldt reeds de WBSO.

De aftrek van deze kosten wordt in 2013 op basis van de RDA met 54% verhoogd.

! TIP

Innovatiekosten zijn voor 154% van de winst aftrekbaar.



Onderzoekskosten zijn derhalve voor 154% aftrekbaar van de winst. Let wel dat een S&O verklaring is vereist, alsook een aparte administratie van de gemaakte onderzoekskosten.

MKB RDA forfait

Indien het aantal uren op de S&O verklaring minder is dan 150 uur per maand, dan wordt het RDA bedrag berekend door het aantal uren te vermenigvuldigen met €15 en daarvan 54% te nemen.

Bij deze forfaitaire methode hoeft geen aparte administratie te worden gevoerd.

Hiermee is het een aantrekkelijk alternatief voor degene die slechts

weinig onderzoekskosten maken. Indien de kosten hoger zijn dan €50.000, kan op verzoek worden afgeweken van de forfaitaire methode, zodat dit leidt tot een hogere RDA aftrek.

VOORBEELD: INNOVATIE IN HET MKB	EENMANSZAAK ZZP'ER		DGA BV	
Stel 1.250 S&O uren op jaarbasis	zonder S&O	met S&O	zonder S&O	met S&O
Omzet +/- kosten en S&O uitgaven	60.000	60.000	60.000	60.000
Netto loon DGA (bruto € 43.000)	-	-	-29.000	-29.000
Loonheffing afgerond	-	-	-14.000	-14.000
WBSO obv forfait (uren x € 29 x 38%)	-	-	-	13.775 +
Winst 2013	60.000	60.000	17.000	30.775
Zelfstandigenaftrek	-7.280	-7.280	-	-
S&O aftrek bij > 500 uur	-	-12.310	-	-
RDA aftrek (uren x € 15 x 54%)	-	-10.125	-	-10.125
MKB winstvrijstelling 14%	-7.381	-4.240	-	- +
Belaste winst	45.339	26.045	17.000	20.650
Tarief inkomstenbelasting afgerond	-14.500	-2.900	-	-
Tarief VPB 20%	-	-	-3.400	-4.130
Innovatiebox (stel € 20.000 innovatiewinst)	-	-	-	3.000
Netto winst + nettoloon	45.500	57.100	42.600	58.645
Totaal belastingdruk	14.500	2.900	17.400	1.355

Ideale samenloop

Bij een combinatie van fiscale faciliteiten kan de aftrek van een investering zelfs oplopen tot 182%. Dit is het geval bij een samenloop van de reguliere 28% investeringsaftrek en 54% RDA. Een ondernemer die recht heeft op 14% MKB winstvrijstelling en in de inkomstenbelasting in de hoogste schijf 52% belasting betaalt, heeft een belastingvoordeel wat neerkomt op ruim 80%. Oftewel de netto investeringskosten zijn minder dan 20%. Mooier kunnen we het niet maken.

Innovatiebox

Alleen voor de vennootschapsbelasting geldt nog een aanvullende faciliteit, namelijk de Innovatiebox. Winsten op innovatieve projecten worden in de Innovatiebox belast

! TIP

De S&O verklaring geldt als toegangs-bewijs voor diverse fiscale faciliteiten.

tegen een gunstig tarief. Waar het normale vpb-tarief maximaal 25% bedraagt, worden innovatiewinsten in deze box effectief tegen 5% in de heffing betrokken. Dit geldt voor winsten uit immateriële activa waarvoor een octrooi of S&O

verklaring is verkregen. De opbrengst moet daarbij uitstijgen boven de gemaakte innovatiekosten. Bovendien is hierbij belangrijk dat een juiste uitsplitsing wordt gemaakt van de innovatiewinst als gedeelte van de totale winst. Vergeet daarbij ook niet de toerekening van algemene kosten zoals financieringskosten en huisvesting. Dit is een

innovatiewinst versus reguliere winst. Het forfait kan gedurende drie jaren worden toegepast. Na verloop hiervan moet weer een rekenskundige uitsplitsing worden gemaakt voor toepassing van de Innovatiebox.

Conclusie

Als u zich bezighoudt met innovatie is het raadzaam te kijken of u in

“Winsten op innovatie projecten worden in de Innovatiebox belast tegen een gunstig tarief en met ingang van 2013 toegankelijker gemaakt voor kleinschalige projecten.”

lastige opgave en vergt een adequate afweging tussen verschillende berekeningsmethodieken, waardoor de inschakeling van een externe adviseur vrijwel altijd raadzaam is.

MKB Innovatieforfait

De Innovatiebox is met ingang van 2013 toegankelijker gemaakt voor kleinschalige innovatieprojecten. Het is toegestaan een vast forfaitair percentage van de winst van 25%, met een maximum van €25.000, in de Innovatiebox te laten vallen. Bij toepassing van dit forfait hoeft de ondernemer geen gedetailleerde uitsplitsing te maken van de

aanmerking kunt komen voor de WBSO, de RDA en de Innovatiebox. De WBSO biedt een korting op af te dragen loonheffing. De RDA voorziet in een extra aftrek op andere innovatie uitgaven en bij positieve opbrengsten geeft de Innovatiebox een aantrekkelijk tariefsvoordeel. De praktijk leert dat sneller dan in eerste instantie verwacht sprake is van innovatie.



mr. Rob P.M. Hoeks FB

Fiscaal strateeg

robhoeks@feros.nl

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

FEROS financieel en fiscaal strategen
Bleekstraat 1 / Postbus 6209
5611 VB / 5600 HE Eindhoven
Tel: (040) 252 03 25
www.feros.nl

FEROS
FINANCIEEL EN FISCAAL STRATEGEN

WAT IS UW LICENSE-TO-WIN?

OVERLEVEN IN CRISISTIJD

James Bond weet met behulp van zijn 'License-to-Kill' elke crisis met succes te bezweren. Ondernemers kunnen dit ook. Met hun 'License-to-Win'...

Agent 007, de onversaagde geheim-agent in dienst van 'Her Majesty's Secret Service' MI6. Als niemand het meer weet, wordt zijn hulp ingeroepen. Want alleen Bond kan overwinnen. Daarbij wordt hij geholpen door de unieke gadgets van Q, de onnavolgbare uitvinder van MI6.

Eigenlijk is dat precies waar u met uw bedrijf ook voor staat: u hoeft geen wereldcrisis op te lossen, maar u moet wel zien te overleven in de huidige economische crisis. Mogelijk wordt u in uw missie niet terzijde gestaan door mooie, verraderlijke vrouwen en schiet u uw concurrenten niet bij bosjes tegelijk af, maar verder kent uw missie veel overeenkomsten met die van 007. En waar Bond alleen aan het werk mag met zijn 'License-to-Kill', is uw overlevingskans een stuk groter als u uw 'License-to-Win' op zak heeft.

De 'License-to-Kill' is de permissie om te doden. De 'License-to-Win' is de 'permissie' van je klant; het is dé reden waarom klanten jouw product of merk kopen. Oftewel: De 'License-to-Win' zorgt ervoor dat klanten voor jou kiezen in plaats van voor een ander.

Wat is de License-to-Win van Volvo? Juist, 'Veilig'. Van Becel: 'Goed voor je hart'. En die van Axe: 'Onweerstaanbaar voor vrouwen'. Ongeloofwaardig? Zeg dat maar eens tegen al die pubers die bussen vol Axe leegspuiten over hun kippenborst. Want, wie weet, helpt het...

En wat is uw License-to-Win? Kunt u deze net zo compact en helder benoemen? Is het een relevant klantvoordeel? Voldoet het aan een duidelijke behoefte in uw markt? En onderscheidt u zich hiermee van uw concurrenten? Zo ja, lees dan niet verder. Dan ontvang ik graag uw verhaal om als voorbeeld te dienen in een van mijn drie volgende columns. Zo nee, dan raad ik u sterk aan op zoek te gaan naar uw License-to-Win. Hoe? Met behulp van de unieke 3B-formule: Behoeft-Belofte-Bewijs. Q zou het kunnen hebben uitgevonden. Daarover de volgende keer.

Adriaan Oomen



COLUMN

Adriaan Oomen

Directeur ADDFOCUS

Auteur van het boek HEBBES!

adriaan@addfocus.nl

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

twitter.com/adriaanoomen

LET OP: UW WEBSHOP GAAT BINNENKORT OP DE SCHOP!

De bescherming van consumenten in Europa wordt aangescherpt. Die veranderingen zijn het gevolg van de nieuwe Europese regelgeving. De regelgeving dient voor december 2013 in alle landen van de Europese Unie te worden doorgevoerd en dus werkzaam te zijn. Voordelig voor consumenten maar bezwarend voor u als ondernemer. Het enige voordeel dat ondernemers ondervinden is zekerheid over verplichtingen in andere Europese landen ten aanzien van consumenten, namelijk dezelfde verplichtingen als in Nederland.

De nieuwe regelgeving moet in Nederland nog geëffectueerd worden, maar dit dient in principe voor het einde van komend jaar te geschieden. De nieuwe regelgeving heeft met name voor webshops ingrijpende gevolgen. Overige gevolgen voor overeenkomsten gesloten met consumenten worden hier buiten beschouwing gelaten. In dit artikel ligt de nadruk op webshops die producten aan consumenten verkopen.

De meest ingrijpende wijzigingen voor u als internethandelaar worden in dit artikel globaal beschreven. Let wel, het artikel dient als een niet perfect functionerend navigatiesysteem. Het brengt u op de hoogte van waar u ongeveer moet zijn, maar voor een op maat gesneden reisadvies op het gebied van webshop-regelgeving dient u een 'specialist' te raadplegen.

1. Wijziging van informatie-verplichtingen voor de webshophouder

Door de nieuwe regelgeving worden er strengere eisen aan internethandelaren gesteld voor wat betreft de informatie die aan de consument dient te worden verstrekt. Deze informatie dient voor het sluiten van de koop aan de consument te worden verstrekt. Allereerst is het noodzakelijk de verplicht te verstrekken informatie in een voor de consument duidelijke en begrijpelijke taal

beschikbaar te stellen. Meer concreet: als u producten aanbiedt in Frankrijk, dient u ervoor te zorgen dat uw webshop en de daarop verplicht te verstrekken informatie in het Frans te raadplegen is. Hoofdzakelijk essentiële informatie dient aan de consument te worden verstrekt. Die informatie dient daadwerkelijk te worden verstrekt, het is niet voldoende dat er een link aanwezig is waarop geklikt moet worden. De informatie moet op een in het oog springende wijze worden weergegeven. Informatie die onder andere als essentieel kan worden beschouwd luidt als volgt:

- Kenmerken van de aangeboden producten en/of diensten;
- Identiteit van de handelaar (het adres, telefoonnummer en/of e-mailadres);
- De prijs van het product of de dienst (inclusief belastingen en extra kosten);
- De consument dient er nadrukkelijk op gewezen te worden dat zijn bestelling een betalingsverplichting tot gevolg heeft;
- Betaalwijzen;
- Recht van herroeping van de consument (hier wordt onder punt 2 van dit artikel nader op ingegaan).

Informatie dient niet alleen voor het sluiten van de koop te worden 'verstrekkt', maar dient eveneens naderhand te worden gegeven via een duurzame gegevensdrager.

Dit kan bijvoorbeeld door een te downloaden PDF-bestand op de website beschikbaar te stellen dan wel door een e-mail te verzenden. Bovendien dient de koop naderhand ook te worden bevestigd aan de consument. Het is raadzaam om de verplicht gestelde aan te leveren informatie en bevestiging van de koop in één en dezelfde e-mail na te zenden. Tenslotte wordt erop gewezen dat het niet meer is toegestaan om vooraf 'aangevinkte' hokjes op uw website te plaatsen op grond waarvan de consument gebonden wordt aan andere producten of diensten waarvoor betaald moet worden.

2. Wijziging van het recht van de consument om zijn overeenkomst te 'herroepen'

De consument heeft onder gelding van de nieuwe regelgeving de mogelijkheid om zijn koop binnen een termijn van 14 dagen ongedaan te maken. Onder de huidige regelgeving is dit 7 dagen. Over dit recht dient de consument nadrukkelijk geïnformeerd te worden. Wanneer dit wordt nagelaten heeft de consument in principe een heel jaar lang de tijd om de overeenkomst alsnog ongedaan te maken. Het 14 dagen termijn begint te lopen vanaf het moment dat de consument zijn product geleverd krijgt. Bij afname van een online dienst begint de termijn te lopen vanaf het moment van bestelling. Raadzaam is om voor dit recht van herroeping een



modelformulier te hanteren, dat ook door de Nederlandse en Europese regelgevers beschikbaar is gesteld. Hiermee voorkomt u onduidelijkheden en problemen.

3. Gevolgen van het niet voldoen aan de nieuwe verplichtingen

Het gevolg van het niet informeren van de consument over zijn recht van

“Het is niet meer toegestaan om vooraf ‘aangevinkte’ hokjes op uw website te plaatsen.”

herroeping is hierboven al beschreven. Daarnaast is een ander zeer belangrijk gevolg dat de consument het recht heeft om de koop te vernietigen. Vernietiging betekent dat de consument niet langer gebonden is aan de gesloten koop. Vernietiging is met name aan de orde wanneer essentiële informatie door de handelaar wordt achtergehouden.

Conclusie:

Door de nieuwe regelgeving dient uw webshop binnen afzienbare termijn te voldoen aan een aantal ingrijpende verplichtingen. Problemen kunnen echter eenvoudig en goedkoop vermeden worden door tijdig uw webshop op juiste wijze in te richten en te voldoen aan de nieuwe verplichtingen.



Bart van Zuuk
Advocaat

B.vanZuuk@holla.nl
www.linkedin.com/company/holla-advocaten
[Hollaadvocaten](#)

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

holla
advocaten



CHV NOORDKADE: VAN INDUSTRIETERREIN NAAR NOSTALGISCH CULTUURPLEIN EXCENTRIEKE HERONTWIKKELING IN VEGHEL

Food en cultuur: dat is waar het om gaat draaien op het CHV-terrein in Veghel. De Noordkade stond tot voor kort bekend als industrieterrein. Het is echter aangewezen om te worden getransformeerd tot de tweede centropool van Veghel. De monumentale industriepanden herbergen in de nabije toekomst met name culturele instellingen en voedselgerelateerde recreatie. "Food zit in het DNA van Veghel", verklaart Ron van Zelst, directeur van ROEM | Advies in Beleving. "We willen hier een 'food experience' creëren in de breedste zin van het woord: Met streekproducten, kookworkshops, voedselinnovatie, themafestivals en opleidingen." Met de bijzondere industriële architectuur en de combinatie tussen food en cultuur moet de Noordkade uiteindelijk uitgroeien tot een gebied met internationale allure.

Ontplooiing

Evenementenbureau ROEM | Advies in Beleving bezet sinds 2009 het voortdurend ontplooiende gebied van de Noordkade. Het bedrijfsterrein is gelegen op een markante locatie aan de Zuid-Willemsvaart. Dit gebied is al een eeuw lang een begrip in de regio. Vroeger lag de grootste concentratie mengvoeder opgeslagen in Veghel.

Voornamelijk dankzij de grondvesting van de Noord-Brabantse Coöperatieve Boerenbond in 1913. Zij vormden met de aanleg van de veevoederfabriek de belangrijkste aanjager voor het grootschalige industrieterrein. Heden ten dagen wordt man en macht ingezet om CHV Noordkade om te toveren tot het kloppend hart van Veghel. "Het betaamt het tweede

centrum van Veghel te worden, complementair aan de functies van het huidige centrum." Daar doelt de onbevreesde directeur voornamelijk op specifieke aanvullingen. "De Noordkade wordt de plek waar food en cultuur elkaar ontmoeten. De evenementen die we daar organiseren vormen daarin de spil."

Ongekende mogelijkheden

Tegen die tijd blijft De Koekbouw, het prachtige hart van dit Veghelse domein, inzetbaar als evenementenlocatie. De 1.300 vierkante meter aan gebruiksoppervlak en de industriële look-and-feel weten de oude fabriekshal om te dopen tot een optimaal ingerichte evenementenhal. Dat is slechts een enkel element naast de 3.000 vierkante meter aan eventruimtes die de Noordkade als food- en cultuurlocatie te bieden



heeft. Het terrein ademt een brok nostalgie. De verbouwingen scheppen de potentie om de omgeving te voorzien van een smeltkroes van culturen en food.

De locatie geeft kansen voor beide branches om samen te smelten en te profiteren van elkaanders sterktes. Of het nu gaat om een popoptreden of een luxueus restaurant. "Het ene moment is een vertrek te benutten als muziekstudio of kunstatelier. Het andere moment als onderzoekscen-trum of voedselmarkt." De flexibiliteit van de ruimtes is kenmerkend voor het denkpatroon van deze coöperatie. Al deze facetten maken CHV Noord-kade tot een breed inzetbare locatie voor de overkoepelende regio. Het is en wordt een excentriek doch innovatief cultuurverblijf. Voor jong en oud. Van particulier tot bedrijf.

ROEM | Advies in Beleving

Als vaste partner bekleedt ROEM | Advies in Beleving de organisatie van de talkrijke evenementen die plaatsvinden (buiten als) binnen dit honderd jarige nijverheidsmonument. Van beurzen tot personeelsbijeen-komsten en van productintroducties tot bedrijfsevenementen. Dit maakt ROEM | Advies in Beleving tot het

vliegwieltje van de herontwikkeling en vormt daarmee tegelijkertijd een belangrijk anker in de doorontwikkeling van het CHV-terrein. "De coöperatie is aan het bouwen in -maar voornamelijk aan- een zeer bijzondere omgeving. Uiteraard passend in de tijdsgeest en de huidige economische situatie", aldus Ron van Zelst.

Het 'waarom' van het evenement doorgronden. Dat raakt ongetwijfeld het meest de kern van het Veghelse bedrijf. ROEM | Advies in Beleving

ontmoetingen te creëren. Sindsdien is ROEM | Advies in Beleving druk doende om ieder evenement te voorzien van een diepere betekenis. En daar heeft de Noordkade een belangrijk aandeel in.

Zoals het er nu naar uitziet, is de Noordkade per 1 september van dit jaar volledig operationeel. Dat weerhoudt niet dat de activiteiten van de coöperatie vanaf dat moment stilstaan. "We zullen blijven doorontwikkelen. Ook dit multifunctionele

"DE NOORDKADE WORDT DE PLEK WAAR FOOD EN CULTUUR ELKAAR ONTMOETEN."

onderscheidt zichzelf met het hoog empathische vermogen. Deze vormt het fundament voor de conceptontwikkeling van het evenement. Om van daaruit verder te bouwen. "De gasten moeten zich continu herkennen in de boodschap van het event", licht van Zelst toe. "Een eenduidige lijn vanaf de uitnodiging tot aan de catering."

Begin 2008 is het bedrijf opgestart met de drijfveer om bijzondere

platform blijft continu voor verbetering vatbaar. Het is een locatie die de bezoekers echt raakt. We kijken er naar uit om hier ook in de toekomst nog veel toonaangevende evenementen te organiseren."

Roem | Advies in Beleving
Postbus 537
5460 AM Veghel
Tel: (0413) 355 960
info@adviesinbeleving.nl
www.adviesinbeleving.nl



DENK JIJ DAT ZE IN EINDHOVEN IETS WETEN VAN VERZEKEREN?

Nou en of! Zo verzekeren ze je dat drukwerk op de juiste plaats en op de juiste tijd word afgeleverd. Dat de productie met de juiste specificaties en binnen het budget wordt gerealiseerd. Voor alle overige verzekeringen kun je heel

goed terecht bij [IAK Verzekeringen](#). Al decennia lang onze vaste partner. Bel voor grafische producties ook eens met de mensen van Drukkerij Snep, T 040 251 9929, en laat je informeren over de 'afspraak is afspraak' werkwijze.



www.snep.nl



“ DOOR SAMENWERKEN IS SPORTEN MET EEN BEPERKING IN BRABANT GEËEN HANDICAP ”

Gehandicaptensport Brabant is binnen de provincie hét aanspreekpunt voor de Brabantse sporter met een beperking, sportaanbieders, gemeenten en organisaties en instellingen die te maken hebben met het ontwikkelen van sportaanbod op maat. Het accent ligt op directe, vraaggerichte ondersteuning voor de Brabantse sporter met een handicap.

Maatwerk leveren is een voorwaarde

Het is belangrijk dat er een loket is waar mensen met een beperking hun sporthulpvraag kunnen stellen en informatie kunnen vinden. Met de beschikbare expertise en het uitgebreide netwerk binnen sport, zorg, welzijn en onderwijs wordt er gekeken naar een passende oplossing voor elke hulpvraag. Een gezonde leefstijl voor iedereen en iedereen mag meedoen, dat is de gezamenlijke ambitie. Hierbij wordt de strategie slim verbinden gebruikt, waarbij het accent ligt op coördinatie en samenwerking.

Vanuit de provincie wordt samengewerkt met Gehandicaptensport Brabant vanwege het feit dat Brabanders met een beperking op een adequate en intensieve manier begeleid dienen te worden naar een leven, waarin sport en bewegen een belangrijke rol speelt. Een dekkend netwerk van samenwerkende regio's in Brabant is hiervoor het uitgangspunt.

Maatwerk laten zien is een must

Gehandicaptensport moet nog beter in beeld gebracht worden bij de sporter en zijn of haar sociale netwerk. Gehandicaptensport Brabant heeft hiervoor een toegankelijke website ontwikkeld. Deze website, www.gehandicaptensportbrabant.nl, is geschikt voor een snelle intake van een hulpvraag, good practices en als vindplaats voor informatie met een verbinding naar de provinciale sporten beweegwijzer.

Naast deze digitale informatievoorziening vormen het organiseren van activiteiten en het verzorgen van bijeenkomsten en bijscholingen de juiste methoden bij het stimuleren van de gehandicaptensport in Brabant. Vanzelfsprekend speelt ook de topsport een stimulerende rol. De verhoogde aandacht voor de Paralympics 2012 in Londen gelden hierbij als voorbeeld. Deze publiciteitsgroei dient bij te dragen aan een grotere sportdeelname binnen de gehandicaptensport in Brabant.

Rol Bedrijfsleven

De verdere ontwikkeling van de gehandicaptensport binnen Brabant is mede afhankelijk van de bereidheid om samen te werken. Het gaat hierbij om een steeds intensiever wordende samenwerking tussen de sport, de overheid en het bedrijfsleven. Deze publiekprivate samenwerking dient te leiden tot een groei van de financiële en facilitaire middelen ten behoeve van de gehandicaptensport in Brabant.

Met name door de betrokkenheid van het Brabantse bedrijfsleven krijgt Gehandicaptensport Brabant de kans om het sporten met een beperking verder te ontwikkelen en het sportaanbod verder te optimaliseren.

Gehandicaptensport Brabant
Nieuwkerksedijk 21A
Postbus 106
5050 AC Goirle
Tel: (013) 534 90 27
Fax: (013) 534 78 66
info@topsportbrabant.nl
www.topsportbrabant.nl



"Begonnen met één park, inmiddels laten we EKB Nederland alle parken doen. Dat zegt genoeg lijkt me!"

GERARD HERMSEN | FINANCIËEL DIRECTEUR
EURO PARCS

"Een gigantische kostenreductie, volledige ontzorging en één aanspreekpunt. Daarom doen we al lange tijd naar volle tevredenheid zaken met EKB Nederland."

LEO VERSTRAELEN | FINANCIËEL DIRECTEUR
VAN ENCKEVORT GROOTHANDEL

"Na een prettig gesprek van een kwartiertje ruim € 2.000,00 besparen. Wie wil dat nou niet?"

PETER VERLEG | COMMERCIËEL DIRECTEUR
CELED RECLAME

"Fors besparen op energiekosten en één factuur voor alle locaties. Snelle service, concrete besparing. Absoluut een aanrader!"

LUC ROOS | MANAGER SERVICES
FLEXPOINT INDUSTRIËLE DIENSTEN

EKB Nederland
Meerheide 100R
5521 DX Eersel
T (0497) 87 00 13
F (084) 867 00 96
info@ekbnederland.nl
www.ekbnederland.nl

EKB | Nederland
rendementmakers

EKB NEDERLAND, COLLECTIEF INKOOPBUREAU:

RENDEMENTMAKERS VOOR ONDERNEMEND NEDERLAND

Je als MKB-ondernemer focussen op je corebusiness zonder dat je je zorgen hoeft te maken over het uit de hand lopen van uiteenlopende vaste kosten. Een utopie? "Zeker niet", stellen de oprichters van EKB Nederland uit Eersel, Coen van Hulst en Kevin Peters. Zij garanderen opdrachtgevers dat samenwerken met EKB Nederland op het vlak van inkoop altijd leidt tot een aantoonbare en structurele kostenreductie met een rendementsverhoging als direct gevolg.

Een verhoging van het rendement die, behalve door een besparing op de kosten, ook wordt gerealiseerd door meer focus van een onderneming zelf op de zaken waar het echt om draait, verduidelijkt Kevin Peters. "Simpelweg omdat wij opdrachtgevers compleet ontzorgen. Ze hoeven dus niet langer zelf op zoek naar de beste aanbieder van diensten die vaste kosten met zich meebrengen. Dat doen wij namelijk, waarbij we garant staan voor een gedegen analyse, advies én implementatie." Een claim die op de website van het bedrijf, www.ekbnederland.nl, enthousiast wordt ondersteund door referenties van uiteenlopende klanten. Referenties waar Coen en Kevin uiteraard trots op zijn. "Onze opdrachtgevers kunnen immers als geen ander vertellen welke toegevoegde waarde wij leveren", stellen ze nuchter vast.

Vrijblijvende afspraak

Toch grijpen Coen en Kevin dit artikel aan om MKB-ondernemers uit te nodigen voor een vrijblijvend gesprek met hen of een van de vijf consultants van EKB Nederland. "Samen met onze buitendienstcollega's leggen we

MKB-ondernemers namelijk graag uit hoe we samen tot structureel meer rendement voor hun organisatie kunnen komen", aldus Coen van Hulst.

"Dit bereiken we door portefeuilles van klanten continu te monitoren. Niet omdat we eropuit zijn om steeds weer te wisselen van leveranciers, maar wel om onze klanten continu de verzekering te bieden dat ze nooit te veel betalen", gaat hij verder. "Zo kunnen wij met verschillende aanbieders op basis van ons uitgebreide klantenbestand, inclusief uiteenlopende gebruikersprofielen, inmiddels heel interessante volume-afspraken maken. Waarbij we naast de prijs natuurlijk ook onderhandelen over uitstekende contractvoorwaarden. Dit nadrukkelijk zonder concessies te doen aan kwaliteit", vult Kevin Peters zijn collega aan. "Wij kiezen als onafhankelijke adviseurs namelijk alleen voor samenwerking met A-merken. En daarbij staan de factoren continuïteit, serviceniveau en prijs, te allen tijde centraal. Alléén goedkoop is vaak duurkoop", concludeert hij. "Een valkuil waar wij onze opdrachtgevers graag voor behoeden."

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
secretariaat@brabantonderneemt.nl
www.brabantonderneemt.nl

Hoofredactie

Elke Knapen
elke@deltazuid.nl

Eindredactie

Frank Cuijpers
frank@deltazuid.nl

Redactied medewerkers

Geert van den Eijnden, Remco Claassen, Rob Hoeks,
Gerard van den Bogaart, Jeroen Veldkamp, Hans
Westendorp, Françoise Alsters, Adriaan Oomen, Bart
van Zuuk, Frank Cuijpers, Elke Knapen, Thijs Dorssers,
Joey van der Leemputten.

Advertenties

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

Cover fotografie

Cheezz Photography

Fotografie

Pagina 16-17, Bart van Overbeeke
Pagina 27, Heidi Wils

Vormgeving

DeltaZuid B.V.

Illustraties

Bart Heijman Producties

Drukwerk

Drukkerij Snep, 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 veeleenvoudigd zonder voorafgaande
schriftelijke toestemming van de uitgever en
andere auteursrechthebbers.

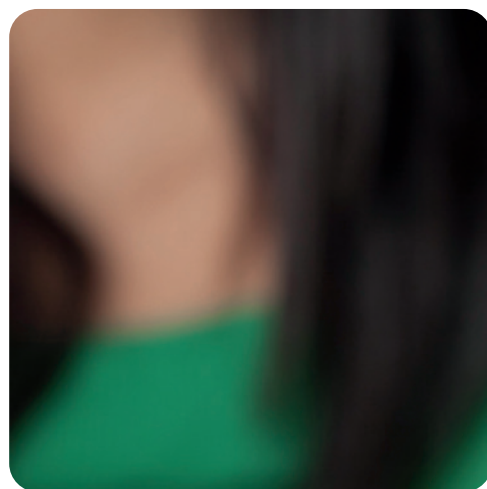
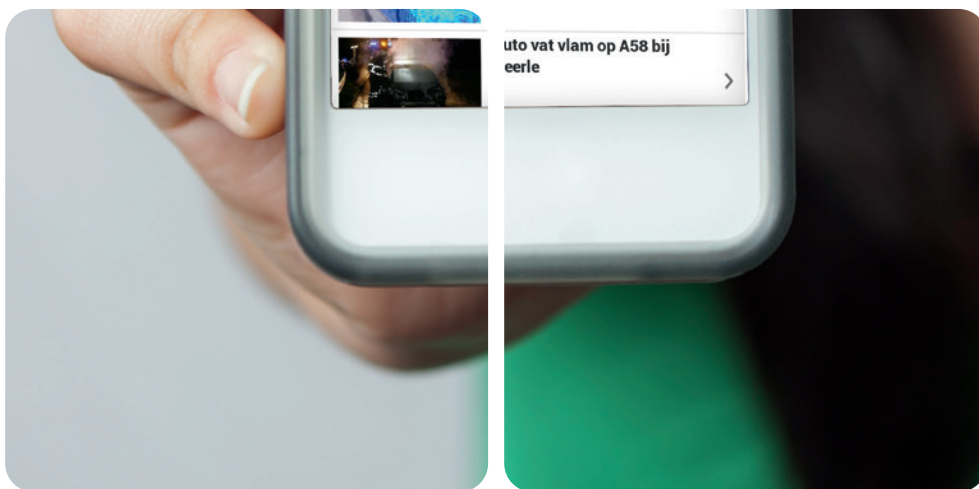
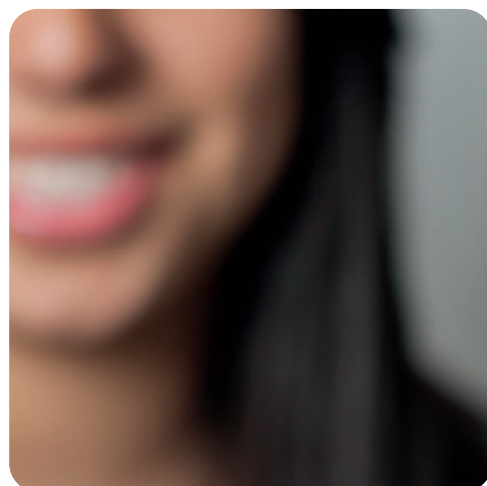
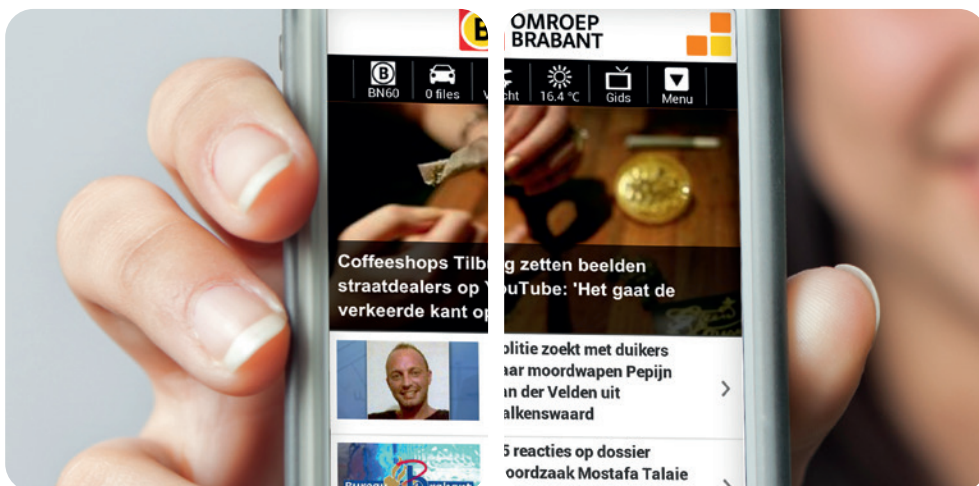
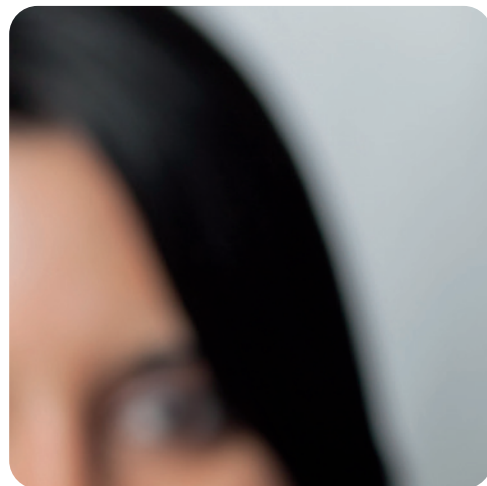
ISSN

Print: 1897-7067
Online: 1879-7075

Online

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





BEREIK **JONGE** BRABANDERS

350.000 VIEWS VOOR €2.950,-

WILT U UW HUIDIGE KLANTENGROEP VERJONGEN OF SLAAN UW PRODUCTEN VOORAL GOED AAN BIJ EEN JONGERE DOELGROEP? OOK DAN KUNT U VIA OMROEP BRABANT EEN EFFECTIEVE CAMPAGNE VOEREN.

DOOR TE ADVERTEREN OP ONZE SITE, ONZE MOBIELE SITE EN ONZE TABLET APP, BEREIKT U VOORAL DE JONGERE BRABANDERS DIE VEEL GEBRUIK MAKEN VAN INTERNET EN APPS OM OP DE HOOGTE TE BLIJVEN VAN HET LAATSTE NIEUWS. ZO IS MAAR LIEFST 41,3% VAN ONZE INTERNETBEZOEKERS JONGER DAN 34 JAAR (BRON: STIR).

OMROEPBRABANT.NL/RECLAME

AANTAL BEZOEKEN PER MAAND

WEBSITE 3.300.000

MOBIELE WEBSITE 1.400.000

TABLET APP 1.010.000

BRON: GOOGLE ANALYTICS, MRT 2013

& FLURRY, MRT 2013

INTERESSE?

T 040 - 29 49 349

E RECLAME@OMROEPBRABANT.NL



HET GEVOEL VAN HIER