



Hans Robertus

Directeur Dutch Design Week

'Design als motor
voor innovatie'

Pre Design

Het idee vertalen naar een vorm

OCTROOIEN;

een BELANGRIJKE INSPIRATIEBRON
VOOR PRODUCTONTWIKKELAARS



Hans Robertus, “Dialoog tussen

Met de Dutch Design Week (DDW) hebben de stad Eindhoven en de regio Zuidoost-Brabant goud in handen. Volgens de directeur van de DDW, de heer Hans Robertus, is het designfestival inmiddels uitgegroeid tot het belangrijkste designevenement van Nederland. Hij wil er echter nog meer van maken. Zo vindt hij dat er ook buiten de maand oktober designactiviteiten moeten plaatsvinden die er toe doen. Verder zoekt hij samenwerkingsvormen met de Brabantse steden Den Bosch en Breda. En dat alles moet, als het aan Hans Robertus ligt, uiteindelijk leiden tot een echte dialoog tussen designers en het bedrijfsleven.

“Het is van groot belang dat we veel meer zaken aan elkaar koppelen”.

Verbreding en verdieping

Volgens Hans Robertus (1952) zou de Dutch Design Week eigenlijk een startpunt moeten zijn van een hele reeks ontwikkelingen op het gebied van design. “Minder geïsoleerd. Er zijn nu veel losse initiatieven. We laten zo kansen liggen.” Voor Hans Robertus is het een speerpunt om uit de samenwerking van de verschillende Eindhovense designpartners (Dutch Design Awards, DDW, Dutch Design Academy en het Designhuis) nóg meer te halen. Tijdens de DDW zouden er activiteiten in gang gezet kunnen worden die in de periode daarna voortgang vinden. Hij denkt dan concreet aan lezingen, gesprekken tussen bedrijven en designers of

Dutch Design Week: designers en bedrijfsleven"

resultaten van ontmoetingen die tijdens de DDW hebben plaatsgevonden.

"Het is van groot belang dat we veel meer zaken aan elkaar koppelen".

Brabantse samenwerking

Vanuit een industriële en technologische achtergrond is Eindhoven uitgegroeid tot een innovatieve en creatieve stad.

Design zit als het ware in het DNA van Eindhoven. Hans Robertus wil er echter voor waken om 'klein' te denken en zich tot Eindhoven te beperken. Zijn vizier is erop gericht om de DDW ook fysiek breder te trekken. Buiten de regio ziet hij mogelijkheden om samenwerkingsverbanden aan te gaan met steden zoals Den Bosch en Breda. Hij beschouwt die steden als representanten van respec-



tielukkig keramiek en grafisch design. En dat Hans Robertus echt 'groot' wil denken maakt hij duidelijk met een knipoog naar Milaan. Want ook in die stad ziet hij een partner. Tijdens de jaarlijkse 'Salone' tonen tal van Eindhovense designers de meest fantastische zaken in Milaan. "Het omgekeerde moet dan toch ook mogelijk zijn", verklaart Hans Robertus.

Toegevoegde waarde

Dat de DDW van een enorme toegevoegde waarde is voor de stad Eindhoven staat wel vast. Hans Robertus is er daarnaast van overtuigd dat de creatieve mensen in de stad ook van toegevoegde waarde kunnen zijn voor de industrie, zelfs tot ver buiten de stad. Hij wil een koppeling maken met de markt. Design voegt immers iets toe aan het product. Dat design al enigszins verbonden is met de industrie weet hij uit ervaring. Hans Robertus was immers ooit bestuurslid van de Bond van Nederlandse Ontwerpers. Verder is hij nog werkzaam bij Philips design. Daar houdt hij zich bezig met innovatieve projecten op de grens van technologie en design. Maar hij wil ook de MKB-er laten inzien hoe belangrijk design is voor zijn bedrijf. Hij wil daartoe mensen uit het bedrijfsleven én vormgevers en ontwerpers bij elkaar brengen. "Die twee werelden raken elkaar nog te weinig."

"Nog te weinig bedrijven zijn zich bewust van de voordelen van het gebruik van design".

The Power of Design

Bij Hans Robertus staat het promoten van de toegevoegde waarde van design hoog op de prioriteitenlijst. Nog te weinig bedrijven zijn zich bewust van de voordelen van het gebruik van design. Hij spreekt vanuit zijn Philips-ervaring als hij zegt dat innovatieve producten meer kans op succes hebben wanneer de ondernemers samenwerken met designers. Voorbeelden van 'The Power of Design' zijn in zijn ogen naast Philips onder meer te vinden bij Apple, Samsung, Toyota en Google. Veel verwacht Hans Robertus van het zeer uitgebreide samenwerkingsverband met onder meer TU Eindhoven, Design Academy Eindhoven, Dutch Design Week, Brainport Development, gemeente Eindhoven, provincie Noord-Brabant, Design House en Design Community. "We moeten de dialoog stimuleren tussen de creatieve industrie, de entrepreneurs en de kennisinstellingen. Voor de regio Eindhoven is er een leidende rol weggelegd met regio-overstijgende bedoelingen."

Door Geert van den Eijnden



Denk creatief, denk design!

Wie creatief is valt op, zoveel is zeker. Onderzoek heeft vaker aangetoond dat ondernemingen die creatief zijn en investeren in design winstgevender en innovatiever zijn dan hun concurrenten. Het wekt geen verbazing dat het gebruik van design meer hoogwaardige en onderscheidende producten oplevert en hiernaast zorgt voor hogere opbrengsten en uiteindelijk voor een sterkere groei van de onderneming. Goed ondernemerschap uit zich hoe langer hoe minder in enkel prijs en kwaliteit, factoren die van oudsher toch meestal doorslaggevend zijn geweest. Ondernemen gaat in stijgende mate over het creëren van een kenmerkende identiteit, een juist imago en een goede integratie van design. Daarin ligt het verschil dat ondernemers in het huidige tijdperk kunnen maken.

Creativiteit en ondernemerschap gaan hoe dan ook goed samen. Ontwerpers nemen maar al te graag bijvoorbeeld hele websites, huisstijlen en verpakkingen van bedrijven onder handen, iets waar ondernemers dankbaar gebruik van maken. Deze ondernemers stellen op hun beurt de ontwerpers in staat om hun creatieve geest de vrije loop te laten.

Dat een dergelijke samenwerking tot vruchtbare resultaten kan leiden vormt binnen onze Brabantse regio al lang geen geheim meer. Onze regio is op dit vlak al jarenlang koploper en dit zelfs internationaal. Steeds meer design gerelateerde initiatieven zien binnen de provincie het daglicht en steeds meer wordt de link gelegd tussen design, het ondernemerschap en zelfs het onderwijs. Via deze initiatieven worden ondernemers gestimuleerd om in het kader van hun bedrijfsvoering meer gebruik te maken van design. Het beste voorbeeld van een dergelijk initiatief is vanzelfsprekend de Dutch Design Week, dat inmiddels voor de

negende keer plaatsvindt in de stad Eindhoven. 'Kansen moeten we immers grijpen' horen we Hans Robertus, directeur van de Dutch Design Week Organisatie, vertellen in de coverstory van deze uitgave.

En eigenlijk is het ook zo. Kansen moeten gegrepen worden, zeker als dit ertoe kan leiden dat bedrijven zich hierdoor kunnen onderscheiden, wat weer een positieve weerslag heeft op onze regio. Overigens is design niet enkel van belang voor het bedrijfsleven, maar vinden we tal van artistieke invloeden terug binnen onze gehele samenleving. Onze kleding, onze woningen en onze auto's bijvoorbeeld zien er niet toevallig uit zoals ze eruit zien. Al deze ontwerpen zijn het resultaat van een heel bewust, gedetailleerd en langdurig denkproces.

Ook Stichting Brabant Onderneemt staat als zakelijk platform een hechtere band tussen design en ondernemerschap voor. Vanuit deze gedachte organiseert zij binnen het kader van de Dutch Design Week het Design Forum 2010, een grensoverschrijdend evenement waarbij industrieel design centraal staat. Hiernaast vormt het thema design de rode draad doorheen de artikelen van deze uitgave van Brabant Breed.

Denk creatief, denk design! Laat dat het motto zijn. Dit maakt het ondernemerschap en de samenleving weer een stuk dynamischer. Verder wens ik u nog veel leesplezier!

Met ondernemende groet,

Niels Vanaken

Bestuurslid Stichting Brabant Onderneemt



Deze QR code verwijst u rechtstreeks naar het digitale magazine Brabant Breed. Voor verdere uitleg over de QR code zie pagina 6.

NL Octrooiencentrum

Pagina 12-13



Bespaar tijd én verdien geld met octrooi-informatie.

Iedere productinnovatie zou moeten starten met een oriënterend octrooi-onderzoek. Octrooi-informatie is voor iedereen gratis toegankelijk via internet.

RedesignMe

Pagina 17



Co-creatie, de innovatiemotor van dit decennium.

Co-creatie is het proces waarbij klanten en andere (externe) belanghebbenden bij de totstandkoming van producten en diensten worden betrokken.

Offermans Design

Pagina 26-27

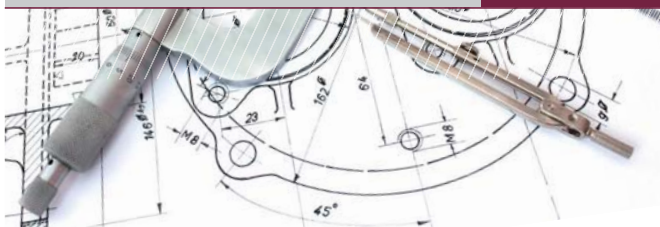


Communiceren is een kunst...

Denkt u wel eens goed na over wat u nu precies doet met uw bedrijf? En kunt u dit ook op een pakkende manier vertalen naar uw potentiële klanten?

MKB Design.Brabant

Pagina 36-37



'Design als motor voor innovatie'

Bedrijven meer bewust maken van de voordelen van design en daadwerkelijk nieuwe producten en samenwerkingen realiseren.

Coverstory	2-3
Hans Robertus: "Designers vs bedrijfsleven"	
in Voorwoord	4
Brabant breed goes social	6
in te Social Media	7
Kennis is macht, kennis delen is gezag!	
in Accountancy	8-9
Design uw onderneming!	
in ICT	10
Bedrijfsautomatisering, vloek of zegen!	
in in Innovatie	12-13
Bespaar tijd én verdien geld	
in Auto	14-15
Driessen Autolease groeit door!	
in Telematica	16
High performance door de juiste bekabeling...	
Innovatie	17
Uw klanten zijn waardevoller dan u dacht	
Financieel	18-19
Pensioeninkomen onder druk?	
Redactioneel	20-21
Omdat ieder contact inspireert...	
Redactioneel	22-23
Brabant wacht een grote innovatieve toekomst	
Locatie	24
Het Nieuwe werken	
in te Media	26-27
Communiceren is een kunst...	
Event	28
Programma Design Forum 2010	
Netwerken	29
Klaar met de Crisis! als platform voor ondernemers	
Innovatie	30-31
Het idee vertalen naar een vorm	
in in in Advertorial	32-33
Advocatenkantoor Vanaken, uw partner in recht...	
Coaching	35
Omggaan met verschillen...lastig, maar lucratief!	
in in in Design	36-37
Design als motor voor innovatie	
Netwerken	38
Samenwerkingsverbanden via Brabant Onderneemt	
Colofon	39

Legenda

- De verdere inhoud van het artikel kunt u online lezen.
- U kunt online aanvullende documentatie downloaden.
- Er is een LinkedIn profiel gekoppeld
- Er kan online verder gediscussieerd worden over het artikel via de Brabant Onderneemt LinkedIn groep.
- Er is een inhoudelijke tip bij het artikel toegevoegd.
- Er is een website link toegevoegd aan het artikel
- Er is een Twitter account gekoppeld.
- Er is een film-fragment gekoppeld.
- Er is een geluids-fragment gekoppeld.

'Social' Brabant Breed...

Ieder kwartaal kent Brabant Breed zowel per post als digitaal een ruime verspreiding binnen de Brabantse regio. Omdat kennisdeling het belangrijkste doel is van het magazine, streeft Brabant Breed voortdurend naar vernieuwing om deze kennisdeling te realiseren. Als eerste zakelijk magazine in Nederland is Brabant Breed dan ook volledig interactief!



Het belang voor de lezer?

De lezer ontvangt Brabant Breed zowel per post als digitaal. In het magazine vindt de lezer naast de artikelen symbolen terug, elk met een eigen functie. Via het gebruik van deze symbolen verhoogt de interactie tussen de lezers maar ook tussen de lezers en de adverteerders aanzienlijk. De volgende symbolen kan men aantreffen:



Het artikel bevat een inhoudelijke tip.



Lees online de verdere inhoud van het artikel.



Documenten zijn toegevoegd aan het artikel. U kunt deze online downloaden.



Het artikel bevat een website link.



Het artikel bevat een discussie onderwerp. Via de Stichting Brabant Onderneemt LinkedIn Group kunt u deelnemen aan de discussie over dit onderwerp.



Er is een LinkedIn profiel gekoppeld.



Er is een Twitter profiel gekoppeld.



Er is een filmfragment gekoppeld.



Er is een geluidsfragment gekoppeld.

Het belang voor de adverteerder?

De toegevoegde waarde voor de adverteerder laat zich raden! Door de 'lees verder' functie is de adverteerder niet gebonden aan de beschikbare ruimte in het magazine zelf, maar bepaalt hij zelf de lengte van zijn artikel. Documenten die verband houden met het artikel (bv. PowerPoint presentaties, diagrammen of stappenplannen) kunnen door de lezer eenvoudig worden gedownload. Doordat de adverteerder een discussieonderwerp aan de Stichting Brabant Onderneemt LinkedIn Group kan voorleggen, komt de adverteerder extra onder de aandacht bij een grote groep lezers. Via de koppeling van het artikel aan zijn website, LinkedIn- en Twitter profiel kunnen de lezers makkelijk in contact treden met de adverteerder. Door de koppeling van film- en geluidsfragmenten aan het artikel wordt de boodschap extra kracht bij gezet.



QR codes

In Brabant Breed treft u ook een of meer QRcodes aan. QR codes (Quick Response codes) zijn tweedimensionale barcodes die u met uw mobiele telefoon kunt scannen. De code kan met een simpel stukje software eenvoudig omgezet worden in tekst of een domeinnaam. Een QR of barcodereader is gratis te downloaden via www.qrcode.nl.

QR codes maken de cross-over van print naar mobiel internet eenvoudig en zijn voor zowel de adverteerder als de eindgebruiker interessant. Het gebruik van QR codes is nu nog uniek in Nederland.

In het huidige digitale tijdperk, waarin iedereen alles kan vinden via het internet, vervalt het oude gezegde 'kennis is macht'. Tegenwoordig beschikt iedereen over de kennis en wanneer we allemaal aan de macht zijn is er geen sprake meer van een machtspositie. Hoe zorgt u er dan voor dat u als ondernemer toch onderscheidend bent? Als ondernemer heeft u veel kennis over uw producten, diensten of de markt waarin u zich begeeft. Deel deze kennis!



Kennis is macht, kennis delen is gezag!

Terughoudend

"Oh", hoor ik u denken. "Ik ga toch niet alles wat ik weet aan anderen vertellen? Dan heb ik niets meer te verkopen of erger nog, dan gaan mijn concurrenten met deze informatie aan de haal." Daar heeft u gelijk in. U hoeft dan ook niet alles te vertellen. Maar wat voor u als basiskennis binnen uw vakgebied wordt beschouwd kan voor veel potentiële klanten zeer informatief zijn. Wanneer een potentiële klant ziet dat u over deze kennis beschikt, zal hij u zeker weten te vinden. Feitelijk heeft u al een stuk vertrouwen opgebouwd voordat u met de potentiële klant in contact bent gekomen.

Start een blog

Uiteraard heeft u als ondernemer een website. U kunt deze website voorzien van een onderdeel met 'Tips en Trucs', een pagina met de meest gestelde vragen (FAQ) en met nieuwtjes. Het wordt nog interessanter wanneer u een weblog (blog) begint. Deze kunt u natuurlijk integreren in uw website, maar u kunt ook overwegen deze apart online te plaatsen. Vanuit deze blog kunt u dan bezoekers doorverwijzen naar uw eigen website, voor het geval deze bezoekers meer willen weten.

Imago bouwt u zelf

Indien u gaat 'bloggen' moet u er wel op letten dat u regelmatig iets actueels neerzet en dat dit ook relevant is voor uw bezoekers. Zo spreek ik veel ondernemers die vaak niet weten waar ze over moeten bloggen, maar ze kunnen mij wel uren vertellen over hun vakgebied. Begint u nu eens met de verhalen die u steeds vertelt op uw blog te plaatsen. U zult zien dat het vrij eenvoudig is wanneer u er eenmaal mee begonnen bent. Het is overigens altijd mogelijk om een tekstschrijver of een 'ghostblogger' in te zetten, maar het voordeligst is het wanneer u dit zelf ter hand neemt. En weet u wat het mooist van dit alles is? Google is gek op blogs, dus via Google zult u ook eerder gevonden worden.

Geef uw mening

Doorgaans is uw eigen visie hetgeen u met uw concurrent onderscheidt. Dat kan ook voor veel klanten de reden zijn

geweest waarom zij voor u gekozen hebben. Daarom is het goed om naast allerlei ontwikkelingen binnen uw vakgebied ook te vertellen over hoe u er zelf tegenover staat. Geef gerust uw mening of visie op deze zaken, want dat is waarmee u zich kunt onderscheiden.

Tip

Als mensen zien dat u de kennis in huis heeft, zullen zij eerder zaken met u doen.



Jan Willem Alphenaar
Social Media Expert
janwillemalphenaar@gmail.com

Tip

Door uw kennis te delen laat u zien dat u een autoriteit bent binnen uw vakgebied en krijgt u uiteindelijk aanzien.



Design uw onderneming!

Wat heeft design eigenlijk met accountancy en belastingadvies te maken? Op het eerste gezicht weinig zou u kunnen denken. En toch hebben beide onderwerpen meer met elkaar gemeen dan u zou vermoeden. Heeft u uw onderneming al voldoende 'ge(re)styled'? En wat te denken van uw eigen 'design' als ondernemer?

Perspectief

Natuurlijk bent u ook in minder economische tijden gewoon doorgegaan met het ontwikkelen van nieuwe diensten en producten, om in de toekomst als ondernemer bestaansrecht voor uw bedrijf te garanderen. Maar hoe wilt u dat uw onderneming er in de toekomst bijstaat en hoe ziet u uw eigen toekomst als ondernemer? Hoe vaak staat u daar eigenlijk bij stil? Als mens doorloopt u verschillende levensfasen. Hetzelfde geldt natuurlijk ook voor uw bedrijf. Een startende jonge ondernemer met een



volwassen bedrijf heeft een heel ander perspectief dan een pensioengerechtigde ondernemer met datzelfde volwassen bedrijf.

Vraagstukken

We naderen stilaan de herfstperiode en het einde van het jaar komt alweer in zicht. Een goed moment om alvast na te denken over een aantal 'design' vraagstukken alvorens het jaar voorbij is. Ik noem er een paar:

- Passen de noodzakelijke investeringen wel bij het lange termijn beleid?
- Kan ik verder groeien met een zo laag mogelijk liquiditeitsbeslag?
- Als mijn rendement gelijk blijft, beschik ik dan wel over voldoende pensioen voor mijn oude dag?

- Hoeveel pensioen moet ik eigenlijk opbouwen om een bepaalde levensstandaard te kunnen handhaven?
- Is die BV nog wel zo interessant voor de toekomst of is een eenmanszaak daarentegen aantrekkelijker geworden?

Expertise

Vanuit haar expertise biedt RSW Accountants & Belastingadviseurs hulp bij dergelijke 'design' vraagstukken. Zo is het verband tussen accountancy en belastingadvies toch gelegd. Wanneer de klant zijn vraagstukken kenbaar maakt, zorgt RSW ervoor dat de juiste fiscale en bedrijfseconomische aspecten volledig worden meegenomen in het besluit van de klant.



drs. Laurens Steuten RA.

Vennoot

Laurens.steuten@rsw.nl

RSW Accountants & Belastingadviseurs
Postbus 221
5700 AE Helmond
Tel : (0492) 55 07 75
www.rsw.nl



Bedrijfsautomatisering,

vloek of zegen!



Vraag een willekeurig bedrijf naar hun ervaring met het implementeren van nieuwe bedrijfssoftware en het merendeel zal aangeven dat het flink is tegengevallen. Onderzoek toont aan dat mislukte implementaties veelal te wijten zijn aan onderschatting van de complexiteit, weinig kennis van (de samenhang) van de bedrijfsprocessen en slecht projectmanagement.

Zijn deze tegenvallers te voorkomen?

Bij aankoop wordt er voornamelijk gelet op criteria als de functionaliteit, de positie van de softwareleverancier, de technologie en de prijs. Deze condities zijn zeker niet onbelangrijk, maar onvoldoende voor een goede keuze. Focus vooral op de zachtere criteria; deze bepalen uiteindelijk het verschil tussen succes of teleurstelling.

Ingrediënten voor een succesvolle implementatie:

Bedrijven zijn net mensen, dus nooit standaard - Geen enkel bedrijf is een exacte kopie van een ander bedrijf. De implementatie van een standaardapplicatie vergt het uiterste van de flexibiliteit van de software en van de veranderbereidheid van de organisatie.



Ralph van de Oudeweetering

Sales Manager
ralph@solidion.nl

Solidion ICT-Solutions
Geldropseweg 8a
5731 SG Mierlo
Tel: 0492 317 060
www.solidion.nl

Baseer uw keuze niet op een eerste indruk

Te vaak worden beslissingen genomen op basis van gelikte presentaties en folders. Vergeet echter niet dat het succes valt of staat met de aanwezige functionaliteit en de kwaliteit van degene die het bij u implementeert.

Ik betaal, dus ze regelen het maar!

U huurt een specialist in, dat is toch voldoende! Het merendeel van de werkzaamheden komen echter voor rekening van de onderneming zelf. Staat een afdeling al onder tijdsdruk, huur dan extra capaciteit in. Een implementatie is absoluut niet iets dat u er even 'bij doet'.

Stap voor stap

Maak een stappenplan en evalueer wekelijks of u niet uit de pas loopt. Stel uw plan desgewenst bij. Zorg ervoor dat er zowel bij u intern als bij uw softwareleverancier een projectleider benoemd is.

Iedereen doet mee

Betrek de complete organisatie bij de implementatie. Medewerkers die niet geloven in de gekozen oplossing of deze niet begrijpen kunnen een vervelend struikelblok vormen.



TIP

Is het echt noodzakelijk? Durf uzelf de vraag te stellen waarom u iets besluit en waarom u bepaalde dingen eigenlijk wilt weten. Dit kan de implementatietijd aanmerkelijk verkorten en vereenvoudigen.

Handrem

Durf bij twijfel de handrem aan te trekken en de boel stil te leggen. Dit voorkomt dat de meter van consultants onnodig doorloopt en hiermee geeft u een signaal af dat u zich zorgen maakt.

Interne specialist

Benoem iemand tot interne applicatiebeheerder die beschikbaar is indien uw leverancier zich niet meer regelmatig met uw systeem bemoeit.

Goed begonnen is half gewonnen!

Indien de voorbereiding goed wordt aangepakt, zal de uiteindelijke implementatie doorgaans ook vlotjes verlopen. De belangrijkste ingrediënten worden immers in dit stadium al toegevoegd. Zo zijn de stakeholders aan boord en is het uiteindelijk doel, zoals vastgesteld in de visie, ook duidelijk.



TIP

Schakel bij de selectie van bedrijfssoftware altijd een materiedeskundige in! Deze is in staat processen in kaart te brengen en te vertalen naar de gewenste bedrijfssoftware. Beoordeel samen of de software toepasbaar en goed werkbaar is.



SOLIDION
ICT-SOLUTIONS

OMROEP BRABANT **LIVE** BIJ MARATHON EINDHOVEN!

10-10-'10 is dé datum van de **Marathon Eindhoven**.

Omroep Brabant is er LIVE bij met Radio, TV en Internet!

- Omroep Brabant TV zendt LIVE uit van 10.30 t/m 17.30 uur.
Om 19.00 uur volgt er een samenvatting van de LIVE registratie.
- Omroep Brabant Radio brengt LIVE verslag van 09.00 t/m 17.00 uur.
- Omroep Brabant Internet is vanaf 6 september online.

Op www.omroepbrabant.nl/marathon vindt u de laatste updates, parcoursinfo, foto's en achtergrondverhalen.

Omroep Brabant heeft **dagelijks** zo'n 30.000 internetbezoeken, 205.000 luisteraars en 410.000 kijkers.

Wilt u mee profiteren van de nog **hogere kijkcijfers** rondom de **LIVE** uitzending van de Marathon Eindhoven?

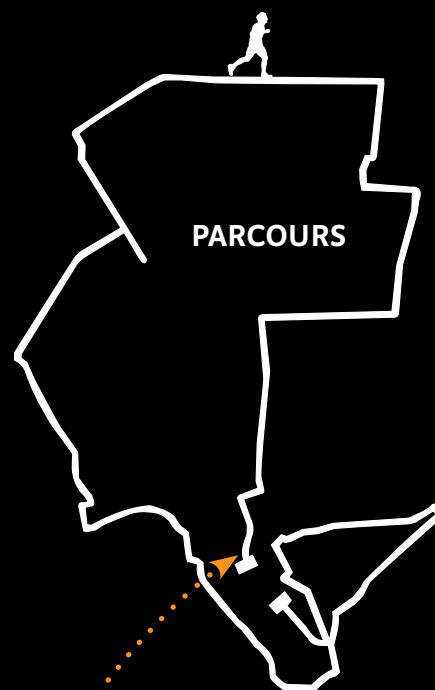
Neem dan **NU** contact op met Omroep Brabant Reclame.

Wist u dat uw commercial al te zien is op Omroep Brabant TV vanaf € 750,- inclusief productiekosten?!

Vraag Nick Bookelaar naar alle voordelen en voorwaarden:

040-2949346

Nick.Bookelaar@omroepbrabant.nl



**Omroep
Brabant**

blijft je verrassen



Octrooien; een belangrijke inspiratiebron voor productontwikkelaars

Bespaar tijd én verdien geld met octrooi-informatie.

Iedere productinnovatie zou moeten starten met een oriënterend octrooionderzoek. Octrooi-informatie is voor iedereen gratis toegankelijk via internet. De octrooidatabank Esp@cenet vormt een bron van inspiratie bij het opdoen van nieuwe productideeën en het boven water krijgen van strategische informatie over concurrenten en samenwerkingspartners.

Onderzoek van EIM [Innovatie door Octrooi Informatie, juni 2006] wees uit dat wanneer octrooi-informatie wordt gebruikt bij productontwikkeling, in twee-derde van de projecten de doelen worden bijgesteld. Uit de octrooi-informatie bleek bijvoorbeeld dat een product nog verder verbeterd kon worden of dat het idee al door anderen was bedacht. Zo leerden productontwikkelaars van andermans fouten of kwam het bedrijf tot het inzicht dat het niet zelf iets hoefde te ontwikkelen, maar dat het nemen van een licentie op het product efficiënter zou zijn. In een aantal gevallen bleek dat de concurrent al rechten op een dergelijke technologie

had. In veruit de meeste projecten werd door het raadplegen van de octrooiliteratuur tijd bespaard en ontstonden er betere ideeën die uiteindelijk meer marktpotentie hadden.

Esp@cenet

Octrooi-informatie vind je niet goed via Google. Veel beter werkt Esp@cenet.nl. In deze databank zijn meer dan zestig miljoen octrooi-publicaties (= gepubliceerde octrooiaanvragen en octrooien) opgeslagen. Zoeken in Esp@cenet levert het beste resultaat op indien gebruik wordt gemaakt van zogenaamde classificatiecodes. Het vinden van de juiste classificatiecode is niet makkelijk. Dit is een drempel waar je overheen moet, maar als je de juiste codes eenmaal hebt is het zeer eenvoudig om bijna alle uitvindingen met betrekking tot dat onderwerp van de laatste 150 jaar te vinden. Hulp bij het vinden van classificatiecodes is trouwens gratis beschikbaar. Adviseurs van NL Octrooiencentrum



TIP

Wil je weten welke classificatiecodes voor jouw ontwikkeling relevant zijn? Vraag het aan NL Octrooiencentrum. Ga via www.espacenet.nl naar zoekadvies.

helpen ondernemers kosteloos bij het zoeken naar de juiste code. Dit maakt het raadplegen van Esp@cenet en het zoeken naar relevante ontwikkelingen die belangrijk zijn voor de innovatie aanzienlijk eenvoudiger.

Hans Helsloot is octrooiadviseur bij NL Octrooiencentrum. Hij ontving eens een ondernemster met het idee om een bal te ontwikkelen voor het beschermen van lingerie in de wasmachine. De ondernemster stelde dat de zakjes die op de markt zijn de lingerie niet goed beschermen. Zij had overal informatie ingewonnen: via vakliteratuur, internet, beurzen en winkels. Overtuigd van het feit dat het door haar bedachte product nog niet bestond, wilde zij haar uitvinding beschermen.

Samen met de ondernemster is Hans Helsloot in de octrooiliteratuur gaan kijken, op zoek naar vergelijkbare producten. Door de classificatiecode te raadplegen die staat voor 'dingen om wasgoed te beschermen of bij elkaar te houden in de wasmachine' werd duidelijk dat ca. 300 mensen haar vóór waren geweest. Wat doe je dan? Laat je je afschrikken door al die ideeën of zie je dit als een kans?

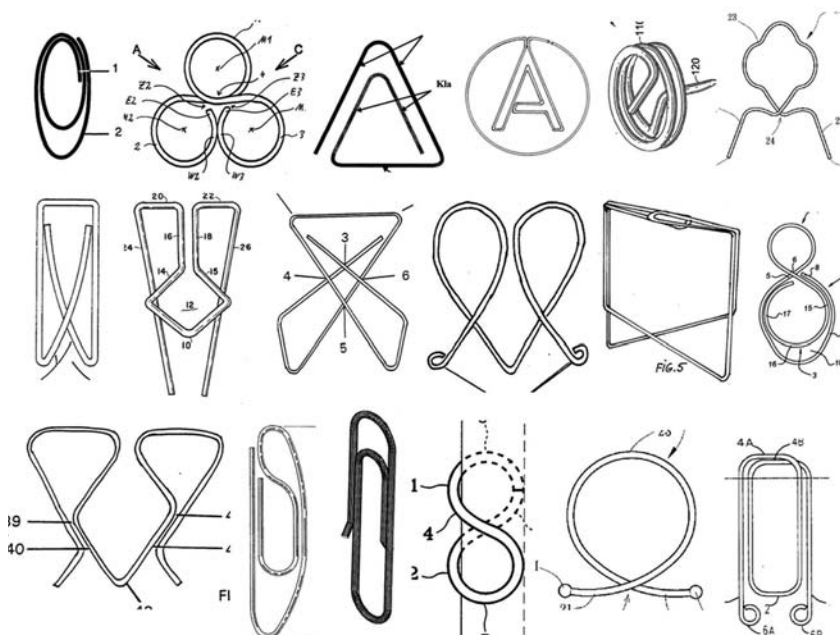
Tip

NL Octrooiencentrum en Syntens verzorgen regelmatig gratis workshops 'Zoeken in octrooidatabases' en 'Haal meer uit octrooien' over hoe je octrooi-informatie kunt vinden en gebruiken. De eerstvolgende in Eindhoven vindt plaats op 11 november 2010. Inschrijven kan via: <http://www.syntens.nl/Workshops/Workshop/2336212.aspx>.

Voor deze ondernemster bleek het een kans. Door te zoeken op de naam van de octrooihouders vond zij toch een leverancier in de USA. Die had ze via Google niet gevonden, via Esp@cenet wel. In plaats van te investeren in matrijzen en bescherming, kon de ondernemster nu tegen een relatief laag bedrag eerst een aantal producten importeren vanuit de USA om de markt in Nederland te testen.

Juridische teksten lezen of door de afbeeldingen bladeren?

Bij de meeste octrooi-publicaties zitten ook tekeningen. In Esp@cenet kun je eenvoudig door de tekeningen van de geselecteerde octrooien bladeren en zo snel zien of iets relevant is voor je eigen ontwikkeling. Een leuk voorbeeld hiervan is dat van de paperclip. Zoeken in de databank levert al snel honderden verschillende paperclips op. Naast onderstaande varianten zijn er nog veel meer varianten te vinden.



Hans Helsloot
adviseur intellectueel eigendom
hans.helsloot@agentschapnl.nl

NL Octrooiencentrum
Postbus 5820
2280 HV Rijswijk
Tel : (0886) 026000
www.octrooiencentrum.nl





Driessen Autolease groeit door!

Uitbreiding van de dienstverlening leidt tot verdere vergroting van het wagenpark.

Hoewel de autolease markt het afgelopen jaar licht is gedaald, is het wagenpark van Driessen Autolease opnieuw gegroeid. Natuurlijk is het team van Driessen Autolease best trots op deze groei in een wat haperende markt, maar belangrijker nog dan deze uitbreiding is de uitbreiding van de mogelijkheden die Driessen Autolease haar klanten in het beheer van de auto's kan bieden. De markt verandert en Driessen Autolease verandert mee.

Driessen Autolease bestaat inmiddels al meer dan twintig jaar en maakt deel uit van de Driessen Autogroep, een van de grootste en bekendste automotive bedrijven in Zuid-Nederland. Dat maakt Driessen Autolease tot een bijzondere speler op de markt: enerzijds door de jarenlange ervaring in het leasevak en

anderzijds door de uitgebreide kennis van de dealerbedrijven en het uitgebreide keuzepakket binnen de Driessen Autogroep. Veel bekende bedrijven in Zuidoost-Brabant maken inmiddels gebruik van de diensten van Driessen Autolease. Graag delen wij de positieve referenties van onze klanten met u.

leasevariant voor medewerkers van bedrijven die normaliter over een eigen auto beschikken maar die met dit product de gelegenheid krijgen om tegen geringe kosten en met een lage fiscale bijtelling een milieuvriendelijke auto te rijden. En dit zonder dat de mobiliteitskosten voor de werkgever daar sterk door stijgen. Het doel daarvan is de privé auto te vervangen door een extra zuinige leaseauto, waardoor de Co2 uitstoot sterk beperkt wordt en de luchtkwaliteit verbetert. Dat binnen de merken van de Driessen Autogroep deze categorie auto's sterk vertegenwoordigd is, maakt de regeling voor de gebruikers extra interessant.



Ron Beukers

Directeur Driessen Autolease
r.beukers@driessen-autolease.nl

Driessen Autolease
Hugo van der Goeslaan 1a
5643 TW EINDHOVEN
Tel: 040 264 65 15
info@driessen-autolease.nl
www.driessen-autolease.nl

Naast de bestaande traditionele leasevormen zoals full operational lease en de daarvan afgeleide financial lease kent Driessen Autolease ook een ruime vloot voor short- en flexlease. Hierbij zijn auto's van klein tot groot en zowel personen- als bestelwagens voor elke gewenste periode beschikbaar, van één dag tot een jaar.

Binnen afzienbare tijd komen daar een aantal moderne mogelijkheden bij. Zo introduceert Driessen Autolease binnenkort de 'Green Incentive', een

Voor uitgebreide informatie over de nieuwe producten maken de accountmanagers van Driessen Autolease graag met u een afspraak.

Driessen

Autolease



De testrit van...

Over de testauto:

Fiat deed het al eens eerder voor Ferrari: een exclusief model bouwen als vervangwagen voor klanten van het luxemerk. Alfa Romeo doet het nu nog eens fijntjes over. Sinds kort kunnen Maserati liefhebbers proeven van de 'Alfa Romeo MiTo' by Maserati.

Slechts honderd van dergelijke exclusieve Maserati modellen zijn wereldwijd geproduceerd. Gespoten in de unieke Maserati kleur Ocean Blue, met een glimmende Limited Edition-badge bij de airco en met het opschrift 'Alfa Romeo for Maserati' op de aluminium dorpellijsten; het vormt een subliem geheel. Italiaanse auto's staan natuurlijk bekend om hun elegante vormen. Het design weerspiegelt vaak het oog voor detail van de ontwerpers.

Onder de motorkap van de MiTo ligt uiteraard geen V8 motor, maar een viercilinder. Het gaat om de 1.4 liter MultiAir met turbo. MultiAir is een nieuwe techniek die het brandstofverbruik en de CO₂-uitstoot met zo'n 10% verlaagt, terwijl het vermogen wordt verhoogd met 10%.

'MiTo-masers' zijn bijzonder rijk uitgerust. Zoals Maserati-rijders dat van hun eigen vervoermiddel natuurlijk gewend zijn. 18-inch lichtmetalen velgen, een specifieke sportieve achterbumper en aluminium pedalen vormen daarom onderdeel van de standaarduitrusting, evenals Frau-lederen bekleding, radionavigatie, een handsfree Blue&Me-systeem en bi-xenon koplampen. Hiernaast beschikken de MiTo's over Dynamic Suspension, een geavanceerd elektronisch controle-systeem dat de ophanging actief en continu aanpast aan de conditie van de weg en aan de wensen van de bestuurder.

Over de testrijder:

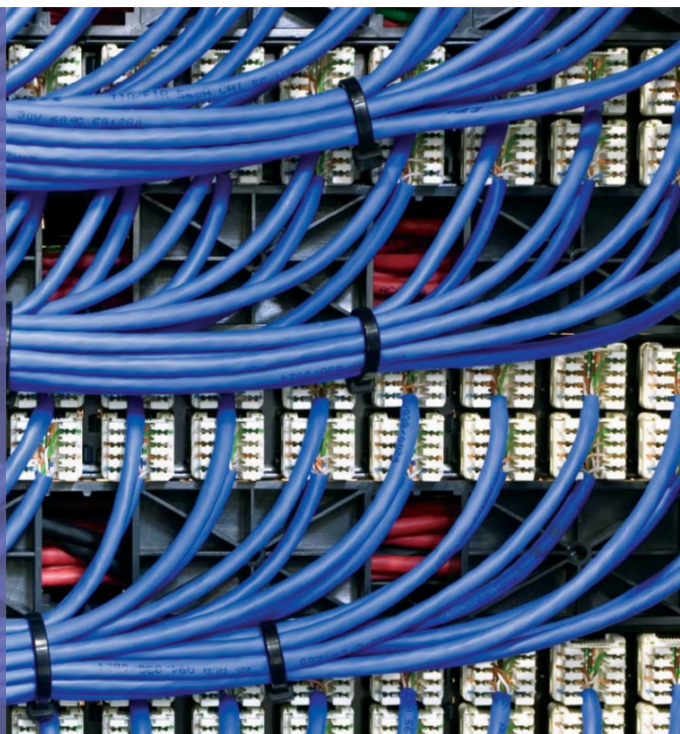
De eer om een proefrit te maken met deze veelbelovende Alfa Romeo Mito Maserati viel te beurt aan Michiel van Gog, Managing Consultant ICT bij het bedrijf Personato Werving & Selectie. Michiel is zelf reeds jarenlang een auto liefhebber en rijdt zelf een lease auto uit de BMW 1 serie.

De ervaringen:

"Toerend door de Peel en de Kempen realiseerde ik mij dat deze auto in feite verassend veel raakvlakken vertoont met de dienstverlening van ons bedrijf. Het is namelijk een jonge auto die snel kan schakelen en erg dynamisch is, maar die als merk zijn sporen intussen wel verdiend heeft. Zo'n beetje ook de kernwaarden van Personato. Kennelijk heeft deze driftkikker 170 pk onder de motorkap en rijden er maar 3 van deze modellen in heel Nederland! Ik vond het een unieke ervaring en heb veel rijplezier aan deze testrit beleefd! Het liefst was ik er in blijven rijden!"



Steeds vaker worden computers gebruikt voor gegevensverwerking en gegevensbesturing zonder dat de fysieke locatie van deze gegevens van belang is. Het beheren en beheersen van de berichtenstroom binnen een netwerkinstallatie is dan ook een van de belangrijkste processen binnen een datanetwerk. Tegenwoordig kan niemand meer zonder telematica.



Telematica is in het huidige tijdperk onmisbaar!

High performance door de juiste bekabeling...

Als moderne ondernemer is het van levensbelang om op elk ogenblik en op iedere plek over de juiste bedrijfsinformatie te kunnen beschikken. Betrouwbare informatie, die u in staat stelt uw bedrijfsprocessen te sturen en op het juiste moment de juiste beslissingen te nemen.



Nigel Sno
Directeur
n.n.sno@snowi-techniek.nl

SnoWi Group Eindhoven
Achtseweg 151
5651 GW Eindhoven
Tel: (040) 292 85 20
www.snowi-group.nl

Hoge eisen

Door de komst van steeds hogere communicatiesnelheden, gaande van 1Gbit tot 10Gbit, worden aan bekabelingsystemen, zoals netwerkbekabelingen, steeds hogere eisen gesteld. De verwachting is dat deze toename de komende jaren alleen maar zal groeien. Het is voor u als ondernemer van belang of de prestaties van het bekabelingssysteem voldoen aan uw verwachtingen. Belangrijk is dus dat u doordacht te werk gaat op het moment dat u overweegt een bestaand netwerk op te waarderen of een nieuw netwerk in te richten.

Bekabelingskwaliteit

De performance van netwerken wordt niet enkel bepaald door de soft- en hardware, maar voor een belangrijk deel ook door de keuze voor de juiste bekabeling. Een goed bekabelingssys-

teem kan maar liefst 10 tot 15 jaar meegaan, heeft vele aansluitingen, een grote bandbreedte, een gestandaardiseerde aansluittechniek en vormt de basis voor alle door u later te implementeren diensten.

Vakmanschap

De aanleg en het onderhoud van uw hoogwaardige netwerkbekabeling is bij SnoWi Group Eindhoven in vertrouwde handen. Met deskundigheid, vakmanschap en zorg wordt een inventarisatie gemaakt van de wensen van de klant en wordt vervolgens een gedegen ontwerp van de bekabelinginfrastructuur gemaakt. Doordat SnoWi Group Eindhoven systeemafhankelijk is, kan zij het systeem leveren dat het best aansluit bij de huidige én toekomstige wensen van de opdrachtgever.



SNOWI GROUP

Co-creatie, de innovatiemotor van dit decennium

Uw klanten zijn waardevoller dan u dacht. Naast afnemers zijn zij tevens ervaringsdeskundigen!

Co-creatie is het proces waarbij klanten en andere (externe) belanghebbenden bij de totstandkoming van producten en diensten worden betrokken. Co-creatie is gedurende de afgelopen jaren uitgegroeid tot een hot topic. Maxim Schram, CEO van het Eindhovens bedrijf RedesignMe, vertelt waarom.

Het 'co-creatie mantra'

Jaren geleden maakte het computerbedrijf Dell een grote fout. Vanwege een productiefout was het bedrijf er niet in geslaagd een klant met een servicecontract te verlossen van zijn computerproblemen, ondanks de grote hoeveelheid geduld die deze klant had weten op te brengen. De klant besloot zijn ervaringen met Dell op zijn weblog te vermelden. Al snel meldden zich honderden andere gedupeerden op het weblog. Tot overmaat van ramp verscheen het weblog zelfs bovenaan de zoekresultaten van Google, wanneer mensen zochten naar Dell gerelateerde informatie. "Bijzonder aan dit verhaal is dat klanten elkaar via het weblog gingen helpen en ideeën gingen uitwisselen over de wijze waarop producten van Dell konden worden verbeterd. Voor Dell was dit een ware 'eye opener'. Uiteindelijk had Dell de problemen voor de betreffende klant alsnog weten op te lossen en had zij zelf



TIP

Co-creatie begint met uzelf kwetsbaar te durven opstellen. Zie dit niet als een drempel maar als een katalysator; u krijgt er een hoop voor terug!

een website gelanceerd waarop klanten met hun ideeën en hun product- of service verbeteringen terecht konden." geeft Maxim aan.

Het voorbeeld van Dell is voor co-creatiespecialisten inmiddels een soort mantra geworden, nu dit feit in het internettijdperk als het ware een kentering heeft ingeluid. Klanten werden vanaf dat moment door bedrijven niet langer gezien als consumenten maar als 'prosumenten'; ervaringsdeskundigen die niet alleen mondiger waren geworden, maar ook nog eens in staat bleken om zich te buigen over de uitdagingen die innovatie met zich meebrengt. "Tal van andere grote merken zoals Starbucks, Lego en Sara Lee zijn het voorbeeld van Dell inmiddels gevolgd. Bedrijven die onder de noemer 'Open Innovatie' hun klanten een kijkje in de keuken boden en zich zijn gaan openstellen via online platforms. Dit alles in ruil voor ideeën waar zij zelf mogelijk nooit waren opgekomen." vertelt Maxim.

Co-creatie en het MKB

Co-creatie is al lange tijd niet meer enkel bereikbaar voor multinationals met astronomische budgetten. Maxim: "Toen wij 3 jaar geleden de voorbeelden van deze bedrijven zagen stelden wij onszelf als uitdaging co-creatie beschikbaar te maken voor iedere onderneming, groot of klein. Het co-creatieplatform RedesignMe.com was een feit. Door de jaren heen is ons platform een ontmoetingsplaats geworden voor bedrijven en creatieve geesten over de hele wereld. Bedrijven plaatsen een design- of marketingvraag en meer dan 5000 innovators schieten hierop los met hun eigen



TIP

Co-creatie is hard werken. Ga niet achterover leunen en wachten welke ideeën er voor u bedacht zullen worden. Ideeën worden niet 'voor u' maar 'samen met u' bedacht.

ideeën, denkbeelden of designs. Dagelijks worden er op die manier problemen opgelost en worden bovendien nieuwe ideeën geboren." Enkele praktijkvoorbeelden uit het MKB treft u online aan.

Online vs. Offline

Het vakgebied van co-creatie is volop in ontwikkeling. "Dit heeft RedesignMe begin dit jaar doen besluiten ook offline brainstormsessie te organiseren met mensen uit de 'community'. RedesignMe Live! biedt de mogelijkheid om face-to-face dieper op zaken in te gaan, maar nog steeds met de frisheid van een externe blik. Ook biedt het concept een uitkomst waar het gaat om productideeën of uitdagingen waarbij een bepaalde vorm van vertrouwelijkheid gewaarborgd moet worden." Stelt Maxim.



Maxim Schram
CEO
maxim@redesignme.com

RedesignMe B.V.
Grote Berg 29a
5611 KH Eindhoven
Tel.: (040) 851 9250
www.redesignme-cs.com

Pensioeninkomen onder druk?

Staan alleen de pensioeninkomens van ABP, PGGM en andere pensioenfondsen onder druk of hebben toch meer mensen hier last van?

Gewijzigde situatie

De laatste tijd leest u regelmatig artikelen over het feit dat grote pensioenfondsen in Nederland niet meer kunnen voldoen aan hun verplichtingen en dat pensioengerechtigden er rekening mee moeten houden dat de komende jaren een hoop gaat veranderen. Voor mensen die nu al pensioengerechtigd zijn is de jaarlijkse verhoging van het pensioen al vaak achterwege gelaten of geminimaliseerd, dit ter compensatie voor gestegen kosten van levensonderhoud. Voor mensen die nu in de opbouwfase zitten en actief premie betalen is de premie de laatste jaren fors verhoogd of de opgebouwde rechten verlaagd of een combinatie van beiden.

Indien om het even welk consumptieartikel op deze wijze in prijs zou zijn verhoogd en in kwaliteit zou zijn verlaagd zou het (commercieel) ten dode zijn opgeschreven. Toch wordt de huidige gang van zaken door (bijna) iedereen geaccepteerd. Blijkbaar begrijpen de meeste mensen niet waar

"Inflatie is voor pensioengerechtigden zo'n beetje het ergste wat men kan overkomen. Immers het inkomen ligt min of meer vast terwijl de prijzen rondom elk jaar (fors) blijven stijgen."

het om gaat of hebben zij niet in de gaten wat een en ander voor hen zal betekenen. Ook zijn er mensen die denken dat ze hier niet door geraakt zullen worden, omdat ze een eigen pensioenvoorziening hebben getroffen bij een verzekeraar via een private lijfrente- of pensioenverzekering of omdat ze een behoorlijk kapitaal hebben gespaard bij de bank.

Daling rentestand

Helaas is echter een van de belangrijkste redenen van deze pensioenverslechteringen het feit dat de rentestand steeds verder daalt. De enige manier waarop u als consument dit merkt is via uw spaarrekening, want hypotheekren-

tetarieven zijn nog niet eens zo sterk gedaald. Ook daar mag de consument meehelpen aan het redden van financiële instellingen, door hen een veel hogere winstmarge toe te staan dan historisch normaal was op leentarieven.

Ook oudere mensen die op een of andere manier hun eigen pensioeninkomen hebben geregeld worden dus geconfronteerd met een veel lagere uitkering dan waar ze wellicht ooit op hadden gehoopt. Het probleem van (te) lage inkomsten om het gewenste consumptieniveau te handhaven geldt dus niet enkel voor pensioengerechtigden van de pensioenfondsen in Nederland, maar net zo goed voor elke andere Nederlander die op een of andere manier kapitaal heeft gespaard om hiervan de komende jaren te gaan leven.

Natuurlijk kan men erop gokken dat de rentestand opeens weer gaat stijgen, waardoor men uiteindelijk toch een wat hogere uitkering kan verkrijgen. Echter ook daar zit weer een heel groot gevaar aan. Wanneer de rentestand stijgt, wordt dit hoogstwaarschijnlijk veroorzaakt door oplopende inflatie. Inflatie is voor pensioengerechtigden zo'n beetje het ergste wat men kan overkomen.



John Bookelaar

Directeur
info@bookelaar.nl

Bookelaar Financieel
Adviesbureau B.V.
Dikkenbergstraat 1
Postbus 1750
5602 BT Eindhoven
Tel: (040) 235 85 85
www.bookelaar.nl





Immers het inkomen ligt min of meer vast terwijl de prijzen rondom elk jaar (fors) blijven stijgen. Een wat hogere rentestand bij de start van het pensioen is dan wel prettig omdat men een hogere uitkering krijgt maar dat voordeel is binnen een paar jaren weer voorbij, wanneer de prijzen vanaf dat moment ook harder gaan stijgen.

Hoog renderende effecten

Gelukkig kan voor een grote groep gepensioneerden dit probleem geheel of gedeeltelijk opgevangen worden door op een andere manier te gaan beleggen, te weten beleggen in hoog renderende effecten. Preferente aandelen, hybride aandelen, MLP's en REIT's zijn voor de meeste mensen totaal onbekende begrippen, maar voor beleggers in hoog renderende effecten bekende namen.

In landen als de V.S. en Canada kent men dit fenomeen al veel langer, waardoor daar een veel grotere keuze aan mogelijkheden bestaat om het vermogen dat bedoeld was om een

aardig oudedagsinkomen mee te verwerven toch nog aardig te laten renderen. Veel aandelen betalen per maand of kwartaal hun dividend uit, waardoor er een constante stroom van uitkeringen ontstaat die op een niveau ligt waardoor interen op het vermogen niet eens nodig zal zijn. Natuurlijk moeten de risico's van koersfluctuaties in de gaten gehouden worden, maar als de gelden die beschikbaar zijn op een juiste wijze worden verdeeld tussen vastrentende waarden en hoogrenderende effecten kan een gemiddeld rendement van al snel 5 à 6% netto worden bereikt. Hierbij worden ook nog eens de uitkeringen maandelijks gedaan.

Heeft u meer zekerheid over uw inkomen doordat u voor een belangrijk deel al lijfrente- of pensioenuitkeringen heeft vastgelegd dan kunt u misschien ook wat meer risico lopen en zijn rendementen richting de netto 9 à 10% per jaar wel mogelijk. Een bijkomend voordeel van het beleggen van (een

deel van) uw vermogen in landen als de V.S. en Canada is het feit dat de Euro inmiddels als munt ook sterk ter discussie staat. Dat betekent dat de komende jaren de Euro wel eens qua bestedingskracht behoorlijk in waarde kan verminderen. Door spreiding over verschillende valuta kunt u dit risico verkleinen.

Expertise

Bookelaar Financieel Adviesbureau B.V. heeft specifieke kennis en ervaring in huis om haar cliënten deze andere vormen van inkomenszekerheid onder de aandacht te brengen. Samen met u kan zij een gedegen plan maken over hoe u uw consumptieve inkomen fors kunt verhogen door het rendement op uw vermogen sterk te verbeteren via een vaste maandelijks of kwartaaluitkering.



Een greep uit het netwerk van Stichting Brabant Onderneemt..





Sinds haar oprichting is het zakelijk platform van Stichting Brabant Onderneemt fors gegroeid. Maandelijks worden een of meerdere unieke netwerkactiviteiten georganiseerd binnen de Brabantse regio, waardoor de zakelijke contacten bijzonder toenemen.

Een greep uit de resultaten van deze zakelijke contacten treft u aan via de vaste rubriek 'samen(net)werken' op pagina 38 van deze uitgave. Bent u ook al een samenwerking aangegaan met een van de andere deelnemers van Stichting Brabant Onderneemt? Laat het ons weten via mail@brabantonderneemt.nl en maak kans op een vermelding in de volgende rubriek.

Wilt u ook deelnemen aan de maandelijkse netwerkactiviteiten? Meld u dan aan als nieuwe deelnemer via www.brabantonderneemt.nl of via 040-2661528.



Omdat ieder contact inspireert...



Jan Pelle, directeur N.V. Brabantse "Brabant wacht een grote



De kernbegrippen voor Jan Pelle, directeur van de Brabantse Ontwikkelings Maatschappij (BOM), zijn verbinden, innoveren en dynamiek tot stand brengen. Hij treft diezelfde opvattingen aan bij tal van Brabantse ondernemers en vooral ook bij de provinciale overheid. Volgens Jan Pelle beschikt Noord-Brabant economisch gezien over enkele uitzonderlijke broedplaatsen in onder meer Breda, Eindhoven en Helmond. "Dat zijn in economisch opzicht de provinciale motoren van de innovatie."

"Succes is alleen mogelijk als je anderen in staat stelt succes te hebben."

Jan Pelle bedoelt met die broedplaatsen de Logistieke Campus in Breda, de High Tech Campus in Eindhoven en de Automotive-campus in Helmond. Hiermee heeft naar zijn idee Brabant enkele sterke troefkaarten in handen. En Jan Pelle is ervan overtuigd dat Brabant het in zich heeft om over tien jaar één van de meest innovatieve regio's van Europa te worden. "Je moet dan wel heel veel aandacht hebben voor de mensen die die ontwikkeling moeten gaan dragen. Van hoog tot laag. Van de VMBO-er tot mensen uit het hoger beroepsonderwijs en het wetenschappelijk onderwijs."

Verbinden

De essentie bij nieuwe ontwikkelingen zit hem, in de ogen van de BOM-directeur, in het leggen van verbindingen.



Ontwikkelings Maatschappij: **innovatieve toekomst."**

De drie partners daarbij zijn de overheid, het bedrijfsleven en het onderwijs. De overheid alleen kan niets bepalen. Jan Pelle wil niets weten van begrippen als 'het schip van staat' of 'de staat als de cockpit van de samenleving'. "Niets is fnuikender dan afhankelijkheid van de staat", stelt hij klip en klaar. De overheid en het bedrijfsleven kunnen niet zonder elkaar. En volgens Jan Pelle moet de agenda gedragen worden door het onderwijs en het bedrijfsleven. "Succes is alleen mogelijk als je anderen in staat stelt succes te hebben. Dat is de moderne manier van sturen van de samenleving".

Politiek

Voor Jan Pelle is de overheid, inclusief de politieke wereld, allerminst vreemd. Hij heeft politieke wetenschappen gestudeerd en gedoceerd, beide aan de universiteit in Rotterdam. Met name dat onderwijsgevende aspect was een kolfje naar zijn hand. "Je kunt als docent een bijdrage leveren aan de ontwikkeling van jonge, talentvolle mensen." Ondanks dat hij het naar zijn zin had in het onderwijs werd hij in 2002 wethouder in Roosendaal. "Iets totaal anders. Maar verandering is goed voor de mens. Nieuwe bronnen, nieuwe uitdagingen, nieuwe avonturen. Het verrijkt de mens." In 2008 stapte Jan Pelle in een volslagen nieuw avontuur

bij de BOM. Omdat de publieke zaak hem bijzonder trok. De ontwikkeling en dynamiek van de economie, de werkgelegenheid in het algemeen, leek hem enerverend. "Via de BOM kon ik een bijdrage leveren aan het algemeen belang van Brabant."

Kerntaken

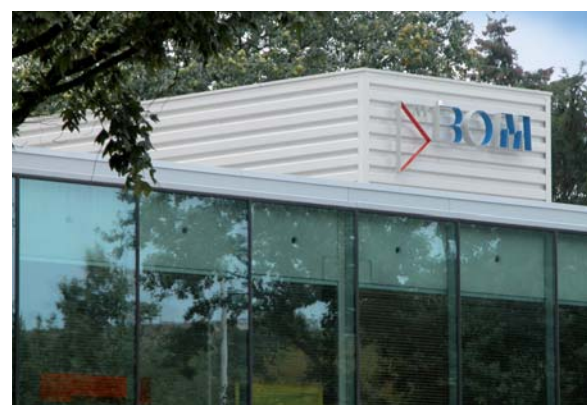
Het inhoudelijk aspect van zijn functie als BOM-directeur spreekt Jan Pelle nog steeds sterk aan. "Startende ondernemers helpen, het innoveren van de Brabantse economie en een lange termijn visie", noemt Jan Pelle enkele highlights van zijn baan. "Hier kun je op een breed niveau iets essentieels tot stand brengen." En kijkend naar 2020 benadrukt Jan Pelle even kort de vier kerntaken van de BOM: het meehelpen bij financieringen via het participatiefonds, investeringsbevordering, ontwikkeling en innovatie én het herstructureren van bedrijventerreinen. Verder vindt hij dat de BOM er veel aan gelegen is om het Starterscentrum, gevestigd op de Campus van de TU/e, tot een geslaagd initiatief te maken. "Hiermee geven we onszelf de opdracht om innovatieve (techno)starters te begeleiden en te financieren."

Buitenlandse acquisitie

Een belangrijk onderdeel van de kerntaak 'investeringsbevordering'

("het werven en verankeren van bedrijven die de economische structuur van Brabant kunnen versterken") is volgens Jan Pelle de buitenlandse acquisitie. Hij noemt de belangstelling voor Brabant in het buitenland "alsmaar groeiende". In 2009 is er hier door buitenlandse bedrijven voor € 230 miljoen geïnvesteerd. Dat leverde 1.900 nieuwe arbeidsplaatsen op. "Bedrijven proeven hier het goede klimaat, de gunstige geografische ligging, de innovatieve omgeving, de aanwezige infrastructuur en de eerste klas universiteiten. Goed wonen, werken en recreëren. Het gaat soms om heel aardse zaken die de doorslag geven."

Door Geert van den Eijnden



N.V. Brabantse Ontwikkelings Maatschappij



Het nieuwe werken

Vergaderen en ontmoeten 'nieuwe stijl' via Seats2meet Strijp-S

Binnen de muren van het oude Philips Klokgebouw (Strijp-S) is vanaf september 2010 een Seats2meet gevestigd. "Een wat?" zult u denken. Een Seats2meet. Puur zoals u het zegt. Seats2meet is een nieuwe succesvolle vergaderformule, waar 'traditioneel en vernieuwend' en jong en oud elkaar kunnen ontmoeten. Eenvoudig, via het huren van stoelen.

"In Seats2meet Strijp-S staat de wisselwerking tussen mensen centraal."

Innovatief

"Er bestaat toch al een aantal van dergelijke bedrijven, zoals Spaces, Hub, Igluu etc.?" zult u mogelijk stellen. Seats2meet wordt inderdaad wel eens in één adem genoemd met dergelijke bedrijven, maar deze formule is toch duidelijk onderscheidend. Seats2meet werkt bijvoorbeeld niet met abonnementen. Zo is het van belang dat iedereen eenvoudig kan binnenlopen om te ontdekken, te ontmoeten en te werken.

Doordat Seats2meet niet werkt via abonnementen of lidmaatschappen wordt de mogelijkheid om te ontdekken en te ontmoeten bijzonder vergroot. Het ontstane netwerk is dan ook enorm en wordt niet enkel gevormd vanuit de 'kleine leden kern'.

De personen die via Seats2meet 'seats' hebben gehuurd worden door de formule verleid om in contact te treden met de andere aanwezigen. Koffie wordt bijvoorbeeld niet in de ruimtes zelf geserveerd. Hierdoor komen mensen zelf in beweging. Zo ontmoeten de mensen die een training volgen of die deelnemen aan een vergadering de mensen die 'vrij werken' in de Grote Lounge ruimte.

Ook kan er gezamenlijk geluncht worden, waardoor het leggen van contacten wordt gestimuleerd. In de Grote Lounge ruimte wordt een buffet verzorgd via cateraar de Hartendames. Eten, ontspannen, werken, ontmoeten en inspireren lopen als het ware in elkaar over.

Wisselwerking

In Seats2meet Strijp-S staat de wisselwerking tussen mensen centraal. De Grote Lounge ruimte wordt immers een bruisende ontmoetingsplaats waar men op een aangename wijze kan werken en lunchen. Mensen zijn van nature nieuwsgierig. Strijp-S biedt zo de mogelijkheid om 'sporen te volgen, te ontdekken en achter te laten'.

Kom vooral eens langs bij Seats2meet Strijp-S en ontdek dit onderscheidende concept. Ontmoet, leg contact en werk in een prettige omgeving!

Marcel Nicolaas

Owner

marcel.nicolaas@verderbv.nl

Seats2meet

Torenallee 24

5617 BD Eindhoven

Tel: (06) 3946 78 25

www.mindz.com/plazas/s2m_strijp-s





Netwerken in een ontspannen omgeving

Business Open Eindhoven 2010

Golfend Eindhoven is op vrijdag 1 oktober weer te vinden bij BurgGolf Gendersteyn Veldhoven. Daar vindt die dag voor de vierde keer het "Business Open Eindhoven" plaats voor ondernemers. Golfen wordt gecombineerd met ontspannen netwerken. Voor de beginnende golfer organiseren we een Masterclass om de beginselen van het golfspel te verbeteren. U kunt zich zowel voor de wedstrijd als voor de Masterclass als koppel inschrijven. Dit jaar strijdt u naast de felbegeerde wisseltrofee ook voor een plaats in de landelijke finale.

Uiteraard zijn er op deze dag voor bedrijven volop mogelijkheden om zich te presenteren. Dit kunt u doen door mee te doen aan de masterclass of wedstrijd en/of door middel van sponsoring.

Ga voor meer informatie, de toernooidata en de inschrijf- en sponsormogelijkheden naar www.business-open.nl

Vrijdag 1 oktober 2010: Noteer het alvast in uw agenda

Golfen en zaken doen in Brabant? Dat kan bij BurgGolf Gendersteyn Veldhoven.
Uw ideale locatie voor uw zakenlunch en/of diner.

www.business-open.nl

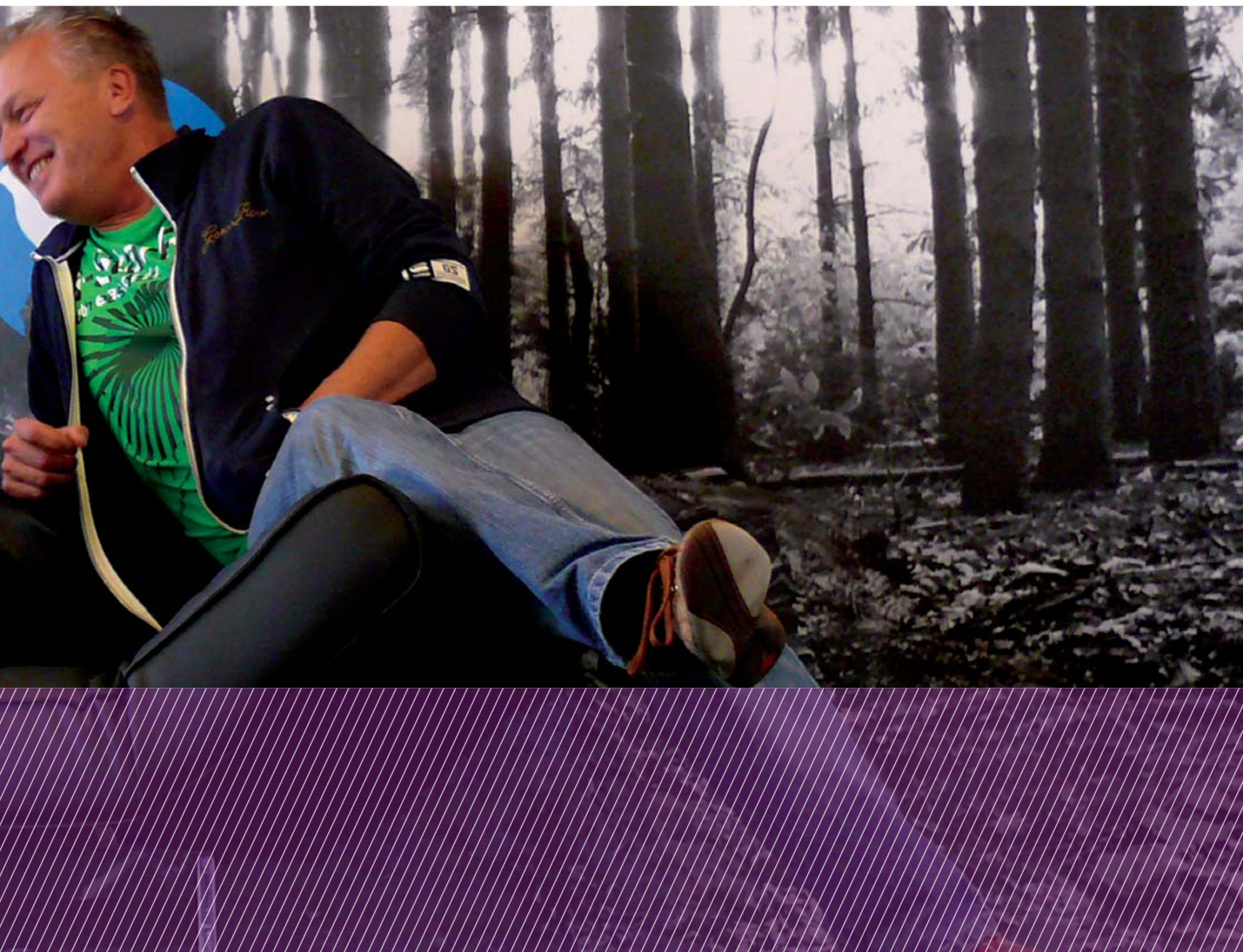
concept & creatie
grafisch ontwerp
stands & interieer

Communiceren is een kunst

Denkt u wel eens goed na over wat u nu precies doet met uw bedrijf? En kunt u dit ook op een pakkende manier vertellen naar uw potentiële klanten? De creatieve vogels van Offermans Design weten dat communiceren niet eenvoudig is. Het is de kunst om uw boodschap te vertellen naar een creatief communicatieconcept.



Een huisstijl, folder, website of standpresentatie, noem maar op. Het gaat niet alleen om het plaatje of de inhoud. Het totaalconcept van een bedrijf moet kloppen. Daarmee kunt én moet u zichzelf als organisatie onderscheiden. Veel ondernemers vinden het niet eenvoudig om zichzelf te confronteren met de vraag waar het bij hun bedrijf nu precies om gaat. Of er wel op de juiste manier naar de buitenwereld toe wordt gecommuniceerd. Maar al te vaak wordt er gecommuniceerd vanuit de verzender, maar begrijpt de ontvanger eigenlijk wel wat er wordt gezegd, wat er wordt bedoeld?



Geen duurdoenerij

Offermans Design heeft ruim 18 jaar ervaring in het ontwikkelen van communicatieconcepten. Telkens wordt er gezocht naar onderscheidende elementen die kenmerkend zijn voor een bepaald bedrijf. En daarbij dient het menselijk aspect niet vergeten te worden. Vertel het maar gewoon, met normale woordenkeus en normale tekens. Geen duurdoenerij of luchtballonetjes. En ook hier kan men zich bedienen van het motto 'less is more...!' Zeker in deze tijd is het van belang om te melden waar het op neerkomt, waarover het gaat, zonder gouden randjes en franje.

Professionele knipoog

En dan is het natuurlijk van wezenlijk belang om een concept te voorzien van de juiste beelden, tekst en ondersteuning. Een professionele knipoog is vaak ook een belangrijk element dat onder-

deel uitmaakt van de campagne. Humor zorgt ervoor dat de boodschap van uw communicatie-uiting prettig overkomt. Kort, krachtig, begrijpelijk en duidelijk! Tot slot uniformiteit! Zorg voor een uniforme uitstraling en communiceer steeds in dezelfde sfeer. Als de communicatiekapstok goed in elkaar steekt, kunnen de rest van de uitingen daar aan opgehangen worden. Vergelijk het met een recept: ingrediënten moeten goed zijn, de basisproducten in orde. Dan pas kan er een professioneel gerecht geserveerd worden en kunnen passende bijgerechten bedacht worden die zorgen voor de uniformiteit van de keuken. In dit geval uw communicatiekeuken. Wij als creatieve vogels vinden het zeer prettig te broeden op concepten. Dat is onze passie. Wij dagen u dan ook uit om eens vrijblijvend van gedachte te wisselen over de communicatiemiddelen van uw organisatie. Wij gaan dan ons huiswerk maken. We maken een plan

van aanpak, een begroting en praatkrabbel. Duidelijk, zodat u weet wat u aan ons hebt. Aan u dan de keuze waar we heen vliegen...



Marc Camps
Art Director
marc@offermansdesign.nl

Offermans Design
Den Dries 17
5552 CL Valkenswaard
Tel : (040) 2040 206
www.offermansdesign.nl

DESIGN FORUM 2010

Eventpartners:



STIFTUNG
ZOLLVEREIN



redesignme.



Georganiseerd door:



Programma Design Forum 2010

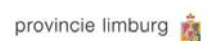
Design Forum programma

- 13.00 Ontvangst Philips Klokgebouw (Strijp-S) met netwerklunch obv. streekproducten (Kinny's Kitchen)
- 13.30 Welkomstwoord dagvoorzitter, Prof.dr.ir. Berry Eggen (TU/e, Faculteit Industrial Design)
- 13.45 Lezing, Rinus van den Berg (DSM) ('Industrial design & sustainability')
- 14.35 Lezing, Susanne Lengyel (VDID) ('Industrial design')
- 15.10 Lezing, Udo Ermert (Vaillant) ('Why should companies think about design & sustainability')
- 15.40 Discussieforum o.l.v. Barbara Wendling (Stiftung Zollverein)
- 16.00 Very High Design Pressure Cooker en uitreiking VHDP-Award 2010 (MKB Design.Brabant)
- 17.15 Einde Design Forum programma

Business programma

- 17.15 Ontvangst Philips Klokgebouw (Strijp-S)
- 18.00 Welkomstwoord dagvoorzitter, Prof.dr.ir. Berry Eggen (TU/e, Faculteit Industrial Design)
- 18.15 Lezing, Udo Ermert (Vaillant)
- 18.40 Lezing, Hans Robertus (DDW) ('The Dutch Design Week')
- 19.00 Netwerkdiner obv. streekproducten en netwerkbordel (Kinny's Kitchen)
- 21.00 Einde Business programma

Dit project is mede mogelijk gemaakt door een bijdrage uit het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling in het kader van OP-Zuid.



DE KRACHT VAN GRENDOVERSCHRIJDEND DESIGN!
26 OKTOBER 2010 STRIJP-S GEBOUW EINDHOVEN

Klár met de crisis!

als platform voor ondernemers

'Handelen en wandelen: nieuwe manier van netwerken'

Stichting Brabant onderneemt ondersteunt dit initiatief!

Als ondernemer heeft u de afgelopen periode tijdens verjaardagsfeestjes vast geregeld de vraag gekregen: wat betekent de crisis voor jouw bedrijf? Zeker is dat de crisis tal van bedrijven de kop heeft gekost en vele initiatieven en investeringen heeft teniet gedaan. Daarom vond het Eindhovense Bureau & zo Marketing.Communicatie het tijd om 'te gaan wandelen en handelen'. Een nieuwe manier van netwerken die concreet en tegelijk doelgericht is. Elke ondernemer kan het. En nog belangrijker: het levert ook iets op!

Doen waar je goed in bent

Elke ondernemer kan concreet en doelgericht handelen en wandelen. "Want iedere ondernemer weet waar hij echt goed in is. Hij weet hoe hij zijn klant optimaal bedient en echt verder helpt. Vertel het gewoon, dan wordt het voor een potentiële opdrachtgever makkelijk om een keuze te maken", stelt Ingrid van Ierland van Bureau & zo.

Bewust delen

Ingrid noemt nog een belangrijk punt. "Als ondernemer heb je verstand van bepaalde zaken. Je beschikt over ervaringen waarover anderen niet beschikken. Deel deze kennis en ervaringen belangeloos en bewust met anderen. Zo creëer je ook voor jezelf weer kansen. Je wint op een oprechte manier vertrouwen. Met zo iemand is het goed samenwerken."

Vraag zelf ook

Ingrid stelt ook een voorwaarde: "Vraag zelf ook. Als ondernemer heb je zelf ook opdrachten te vergeven. Of heb je behoefte aan nieuwe kennis en ervaring. Vraag in eerste instantie hulp aan collega-ondernemers die ook vertrouwen in jou hebben getoond. En zoek bewust naar ondernemers die jouw vertrouwen hebben verdiend. Van hen kun je in de toekomst ook iets terug verwachten."

Het werkt

Bureau & zo introduceerde de nieuwe vorm van netwerken tijdens het eerste evenement van 'Klaar met de crisis!', een platform dat ondernemers letterlijk en figuurlijk bij elkaar brengt om zaken te doen en dat begin dit jaar is opgericht. Meer dan 150 ondernemers kwamen op 21 juni samen in het Willem II Stadion in Tilburg. Ingrid: "Vooraf vroegen we de deelnemers om kenbaar te maken wat zij collega-ondernemers te bieden hadden. En vooral ook

naar welke producten en diensten zij zélf op zoek waren. Hierdoor kon iedereen heel gericht op zoek gaan naar business. Het bleek te werken, want in korte tijd werden er volop deals gesloten!" Op dit moment telt het platform al ruim 500 ondernemers. Daarom is Bureau & zo van plan om door te gaan. In het najaar worden de nieuwe plannen gepresenteerd.



Ingrid van Ierland
Directeur
ingrid@bureauenzo.nl

Bureau & zo
Marketing.Communicatie
Stratumsedijk 25a
5611 NA Eindhoven
Tel: (040) 257 20 23
www.bureauenzo.nl

BUREAU & ZO
MARKETING COMMUNICATIE



Pre Design

Het idee vertalen naar een vorm

Je hebt een idee. Een idee voor een product dat zonder enige twijfel aan zal slaan. Iets waarvan je je afvraagt waarom het eigenlijk nog niet bestaat. Je wil er meteen mee aan de slag, maar waar begin je en hoe pak je dat aan?

De weg van concept naar uitvoering is vaak lastig omdat er ontzettend veel bij komt kijken. Dit keer lees je alles over een van de belangrijkste én leukste dingen in dit proces: het bepalen van de vorm, oftewel Pre Design.



Bron: Philips

Onderscheiden met design

De uitstraling en het uiterlijk van een product spelen een steeds grotere rol van betekenis in het conceptontwikkelingsproces. Design is immers een sterke differentiator en bovendien een belangrijk brandbuilding instrument. Natuurlijk heb je te maken met functionaliteit en gebruiksvriendelijkheid, maar steeds vaker laten consumenten zich in eerste instantie leiden door de 'looks' van een product. Het design is meer dan ooit bepalend voor het succes.

Een goed ontwerp is het halve werk

Er zijn verschillende voorbeelden te noemen van bedrijven in diverse branches waar design het verschil maakt. Zo hebben merken als Philips, Audi en Apple inmiddels wel bewezen de kunst van het vormgeven 'aardig' onder de knie te hebben. Lees hier hoe Philips en Audi met design omgaan:

"Bij Philips Design weten we dat we alleen aan de behoeften en wensen van mensen kunnen voldoen als we hen echt begrijpen. Daarom is onze eerste stap altijd om zoveel mogelijk informatie over ons doelpubliek in te winnen: prioriteiten, waarden, inspiraties, sympathieën en antipathieën. Met behulp van deze informatie kan ons internationale en veelzijdige design-team echt zinvolle oplossingen ontwikkelen, oplossingen die anticiperen op de behoeften van consumenten, hun verwachtingen overtreffen en het succes van onze klanten vergroten." (Bron: www.philips.com)

"Audi en design zijn sterk met elkaar verbonden. Als geen ander automerk erkent Audi de belangrijke rol van design, niet alleen in het modellenaanbod, maar ook in het dagelijks leven van iedereen. Design wint immers als expressieve en creatieve lifestyle component nog elke dag aan relevantie. Om dit te onderstrepen heeft Audi zich nadrukkelijk verbonden aan de Dutch Design Awards. Audi stelt het publiek in de gelegenheid een eigen favoriet ontwerp van het jaar te kiezen. De Audi Design Award is daarmee een echte publieksprijs binnen de designwereld." (Bron: www.audi.nl)

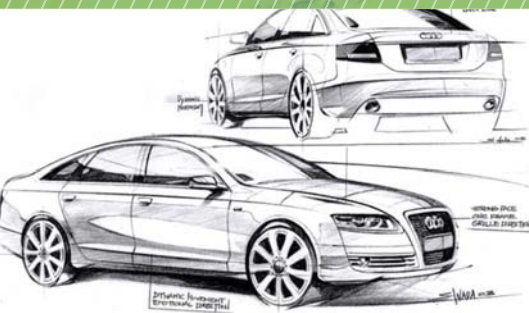


TIP

Lees ook de digitale versie van dit artikel op www.brabantonderneemt.nl met extra info die u als handleiding kunt gebruiken tijdens het design proces

Pre Design Tips

Als je goed hebt onderzocht of je idee levensvatbaar is en je het concept tot in de puntjes uitgewerkt en onderbouwd hebt in een businesscase, is het tijd om je idee te vertalen naar vorm. Het visualiseren van je idee bestaat uit het maken van modeltekeningen, schetsen en grafische ontwerpen. Hierdoor wordt je idee tastbaar en krijgt het een gezicht. Tijdens dit vormgevingsproces moet gelet worden op de volgende aspecten:



1. Kijk bij de vormgeving van het product goed welke materialen of vormen je kunt toepassen. Houdt hierbij rekening met de wensen en mogelijkheden van de gebruikers en de fabrikant. Verdiep je daarnaast goed in het smaakgevoel van je doelgroep en bestaande stijlen en designstromingen.

2. Om te komen tot een goed productontwerp is niet alleen commercieel inzicht van belang, je hebt ook een behoorlijke dosis kennis en creativiteit nodig. Schroom daarom niet om een team samen te stellen met gespecialiseerde mensen die je kunnen helpen bij het vormgevingsproces. Het betrekken van verschillende personen bij het proces is ontzettend belangrijk om te komen tot een goed eindproduct. Iedereen kan immers iets toevoegen, mits de juiste persoon op de juiste stoel zit. Denk hierbij aan technici, graphic designers, eindgebruikers, of mensen uit de eigen organisatie.

3. De projectgroep zal in eerste instantie moeten gaan onderzoeken wat de mogelijkheden zijn met betrekking tot het idee. Het is hierbij essentieel de projectleden voldoende vrijheid te

geven in het uitzoeken en aandragen van oplossingen. Uit onderzoek van de Erasmus Universiteit is namelijk gebleken dat men op die manier tot het beste product komt. Vervolgens moet gekeken worden of en hoe al die elementen toegepast kunnen worden op het product. In deze fase wordt het uiteindelijke design bepaald. Controleer of dit ontwerp voldoet aan je eigen eisen en wensen én aan die van de doelgroep.

4. Zodra het definitieve design een feit is, volgt een geheel nieuwe fase in de totstandkoming van het uiteindelijke product. Een logische stap zou zijn om het ontwerp tastbaar te maken, bijvoorbeeld door het produceren van een model met Rapid Prototyping. Er zijn verschillende bedrijven die over deze, en andere technieken beschikken.

Nadat het idee een concretere invulling en vorm heeft gekregen, volgen nog een aantal stappen die je als kersverse productontwikkelaar moet doorlopen, zoals het traject naar productie en marktintroductie. Tips hierover komen in

de volgende edities van Brabant Breed stap voor stap aan bod.

Meer weten?

Lees meer over het onderzoek "Effectiviteit van Design" van de Erasmus Universiteit, of download "Het Audi Design Proces" op www.brabantondernemt.nl.



Discussie

Is het succes van de iPhone te danken aan het Design of de Branding en Marketing van Apple?



Thijs Dorssers
Partner
thijs.dorssers@tdfc.eu

TDFC
Muntplein 14 - 0658
5611 TZ Eindhoven
Tel : (040) 266 15 27
www.tdfc.eu



Advocatenkantoor Vanaken, uw partner in recht...

'Uw partner in recht' is de pakkende slogan van Advocatenkantoor Vanaken. Dat is ook meteen de wijze waarop het nieuwe Eindhovense kantoor zich wil profileren. "Transparant, gedreven en betrokken" geeft Niels Vanaken, oprichter van het kantoor, aan. "Er zijn voor de cliënt en weten wat er leeft" zo stelt hij. Het kantoor heeft hier een uitgesproken visie over.

Zakelijke markt

Recent heeft het nieuwe advocatenkantoor haar deuren geopend. Sinds haar oprichting zijn de pijlen met name gericht op de regio Zuidoost-Brabant. "Een veelzijdige en groeiende markt" stelt Niels Vanaken. "Deze regio biedt veel kansen voor ondernemers en vanuit de provinciale steden wordt het ondernemerschap bijzonder gestimuleerd." De Brabantse ondernemers zijn de primaire doelgroep waarop Advocatenkantoor Vanaken zich richt. "Reeds lange tijd ben ik bijzonder gefascineerd door het ondernemerschap. Hiernaast heeft het juridisch aspect mij altijd mateloos geboeid." Het wekte dan ook geen verwondering dat Niels, na een rechtenstudie in Nederland, Frankrijk en België, zich uiteindelijk onder meer is gaan verdiepen in het Nederlands ondernemingsrecht. "Een ideale combinatie van twee werelden" zo ziet hij het. "Niet enkel ben je als ondernemingsrechtadvocaat nauw betrokken bij

het reilen en zeilen binnen een onderneming, maar vanuit jouw juridische achtergrond kun je deze onderneming als het ware mee vorm geven en op de rails houden. Niets is zo prettig als een vertrouwensband op te bouwen met de ondernemer en ervoor te zorgen dat hij zijn bedrijf kan uitbouwen zonder zich zorgen te moeten maken over de vraag of het juridisch allemaal wel kloppend is."

Particulieren

Toch richt het kantoor zich niet enkel op de zakelijke markt, maar staat het ook veelvuldig en met eenzelfde gedrevenheid particulieren bij. "Het ondernemerschap is één pijler waarop Advocatenkantoor Vanaken zich richt, maar hiernaast ligt een sterke focus op het verlenen van advies en rechtsbijstand aan particulieren en dan vooral met betrekking tot civielrechtelijke aangelegenheden. Evenals een bedrijf krijgt de particulier te maken met tal van



juridische kwesties. Het is belangrijk dat hij weet waar hij aan toe is en hierin ligt meteen de voornaamste taak van de advocaat. Ook hier weer vormt het opbouwen van een vertrouwensband met de cliënt de basis en dit vertrouwen moet eenvoudigweg verdiend worden, of het nu gaat om het verlenen van juridisch advies of het voeren van juridische procedures.”

Incasso's

Een derde speerpunt van Advocatenkantoor Vanaken is het verrichten van incassowerkzaamheden. Niels wijt het aan het huidige economisch tijdperk dat bedrijven en particulieren zich steeds vaker geconfronteerd zien met onbetaald gelaten facturen. “Het lijkt ook steeds meer een mentaliteitskwestie te worden” zo stelt hij. “In de praktijk kom ik tegenwoordig standaard betalingstermijnen tegen van wel 60 tot 90 dagen, als er al betaald wordt. Zoiets kan echt niet. Als kantoor streven wij ernaar om

op een subtiele maar wel kordate wijze de debiteur tot betaling te bewegen. In het merendeel van de gevallen slagen we erin via een minnelijke regeling dit resultaat te bereiken, maar als het moet is de stap naar de rechter snel gezet.”

Vertrouwen

Het kantoor wil zich met name onderscheiden in het creëren van directe betrokkenheid, goede bereikbaarheid en in het leveren van kwaliteit, zo stelt Niels Vanaken. Maar vooral ook in het scheppen van transparantie. “Te vaak is een gehoorde klacht bij de cliënt dat de advocaat ondoorzichtig is in zijn werkzaamheden en dat de cliënt onvoldoende op de hoogte is van wat er speelt. Dit heeft doorgaans tot gevolg dat deze zich niet enkel geconfronteerd ziet met een ander resultaat dan waarop hij gehoopt had, maar ook met een financiële aderslating. Dat mag niet gebeuren, het blijft een kwestie van vertrouwen.”



Discussie

Het Nederlandse rechtssysteem biedt de burger voldoende middelen om zijn recht te behalen



Niels Vanaken
Advocaat
Niels@akv.nl

Advocatenkantoor Vanaken
Zeelsterstraat 225a
5652 EH Eindhoven
Tel : (040) 848 01 69
www.akv.nl



*Maak het verschil
en bied uw personeel en
klanten elke dag het beste.*



Maak kennis met de *Nespresso* business solutions
www.nespresso-pro.com

NESPRESSO[®]
Koffie met hart en ziel

Omgaan met verschillen... lastig, maar lucratief!

In je werk, maar ook daar buiten, heb je met veel verschillende mensen te maken. Met de een klikt het spontaan, met de ander is het zoeken naar een goed contact. Hoe komt dat toch? Drs. Hannie Lieveld is organisatie-adviseur, coach, management en sales-trainer. Ze is expert op het gebied van teamontwikkeling, teamcoaching en omgaan met verschillen. Ze vertelt: "Verschillen tussen collega's komen bijvoorbeeld tot uiting tijdens een vergadering.

Collega Henk zegt tijdens de vergadering niet zo veel. Maar de dag erna meldt hij dat hij het toch niet eens is met het genomen besluit. Collega Ans zorgt ervoor dat iedereen voorzien is van een kopje koffie en dat een meningsverschil niet uit de hand loopt. Tineke heeft, zoals altijd, het hoogste woord en levert een boel ideeën voor het nieuwe projectplan." zo geeft Hannie aan.

Hannie maakt mee dat de ene directeur prachtige ondernemingsplannen maakt, maar vergeet om de secretaresse te feliciteren met haar verjaardag. De andere directeur kan uitstekend invoelende gesprekken voeren met collega's en klanten, maar vindt het dan weer moeilijk om de planning en control cyclus rond te breien.

Hannie: "Iedereen weet heus wel dat heel verschillende mensen elkaar nodig hebben om in een organisatie tot een speciale prestatie te kunnen komen en dat ze samen meer zijn dan de optelsom van hun individuele kwaliteiten. Maar het ook werkelijk waarderen en benutten van verschillen en overeenkomsten, dat is vaak heel lastig. Maar als het lukt, levert het wel veel op."

Om resultaten te bereiken bij hun klanten werken Atra-consultants o.a. met Human Dynamics. Human Dynamics gaat uit van drie basisprincipes die in ieder mens te vinden zijn: het mentale, het emotionele en het fysieke principe. Het mentale principe is verbonden met de geest en het logisch denken. Het emotionele principe met relaties, gevoelens en creatieve fantasie. Het fysieke principe met het doen en het maken. Het zet wat gedacht en gevoeld wordt om in actie.

"Als we alle drie de principes ontwikkeld en geïntegreerd zouden hebben, dan zouden we optimaal functioneren. Dan zijn we in staat om helder te denken, meelevend met elkaar om te gaan en onze gedachten en gevoelens om te zetten in praktische acties. Helaas is dat bij niemand het geval. Ook bij mij niet. Wij allen hebben een eerste en tweede principe, die over het algemeen sterker ontwikkeld zijn dan het derde principe. We noemen die combinatie onze persoonlijkheidsdynamiek." stelt Hannie. "In mijn geval: ik heb de emotioneel-mentale dynamiek en heb het fysieke principe op de derde plaats. Ik moet dus het fysieke principe in mijn

leven proberen te ontwikkelen."

Hannie: "Als je inzicht krijgt in het gedachtegoed van Human Dynamics krijg je meer begrip van jezelf en van de ander. Human Dynamics helpt je bij de ontwikkeling van je derde principe. Je leert anders te kijken naar jezelf en naar anderen, waardoor je veel effectiever gaat adviseren, verkopen, samenwerken en leidinggeven. Lucratief, dus, voor jezelf, je team en je organisatie..."



Hannie Lieveld
Directeur
hannie@atraconsultants.nl

Atra Resultaat Consultants
Vonderrijt 4
5673 BZ Nuenen
Tel: (040) 750 1630
www.atraconsultants.nl

atRa
resultaat consultants

'Design als motor voor innovatie'

Bedrijven meer bewust maken van de voordelen van design en daadwerkelijk nieuwe producten en samenwerkingen realiseren. Dát is het doel van het project MKB Design.Brabant.

Brabant kent een sterke infrastructuur op het gebied van design, via een combinatie van kennisinstellingen, grote opdrachtgevers en een groeiende designbranche. Onderzoek heeft uitgewezen dat ondernemers die investeren in design winstgevender en innovatiever zijn. Daarbij groeien deze ondernemingen sneller. Toch zijn nog te weinig bedrijven zich van de voordelen van het gebruik van design bewust. Voor initiatiefnemer Syntens reden genoeg om de samenwerking met andere partijen in Brabant te zoeken en het project op te starten. "Wij zien in ons dagelijks werk dat innovaties succesvoller in de markt gezet worden wanneer ondernemers samenwerken met designers. In het project MKB Design. Brabant willen we enerzijds bedrijven bewustmaken van de voordelen die design biedt, maar anderzijds ook de ondernemers daadwerkelijk aan de slag laten gaan met de ontwerpers", aldus projectleider Cees Hogendoorn van Syntens.

Drie actielijnen

Via verschillende workshops en bijeenkomsten loodst MKB Design. Brabant ondernemers door het proces van bewustwording tot daadwerkelijke productie. Deze activiteiten zijn onderverdeeld in drie actielijnen: Groen, Vrij en Gezond. De actielijn 'Groen' is gericht op ondernemers die een product (dus geen dienst) maken waarbij duurzaamheid een rol kan spelen. De actielijn 'Vrij' richt zich op ondernemers die actief zijn in of voor de leisure branche. Ondernemers die te maken hebben met health en food zullen de meeste aansluiting vinden bij de actielijn 'Gezond'.



TIP

Kijk voor meer informatie over MKB Design.Brabant op:
www.mkbdesignbrabant.nl en
www.designpressurecooker.nl

Activiteiten

Ondernemers kunnen op verschillende momenten instappen in het traject. De eerste stap in het traject, de Design Cafés, zijn intussen afgerond. Tijdens 'Just Imagine' sessies, georganiseerd door de BOM, worden de ideeën vertaald naar concrete plannen. Deze verdergaande concepten worden vervolgens in de 'Design Pressure Cookers®' van Syntens vertaald naar echte prototypes. Teams bestaande uit een ondernemer en een designer gaan dan één dag samen aan de slag, waaruit een concreet ontwerpresultaat moet komen. Aan het eind van deze dag liggen er prototypen, schetsen of tekeningen gereed, waar de ondernemer vervolgens verder mee kan werken. Dankzij deze methode kunnen onderne-

mers laagdrempelig en concreet ervaring opdoen met het gebruik van design.

Succesvol

Het effect van de Design Pressure Cooker® is onlangs onderzocht door de Technische Universiteit Eindhoven: 88% van de deelnemers geeft na afloop een positief oordeel over het gebruik van design.

Een aantal van de in een Design Pressure Cooker® ontwikkelde prototypen is inmiddels op de markt gebracht. Zo ontwikkelde banketbakkerij Vermeulen & Den Otter bonbons op basis van kamelenmelk en heeft GPG Stirrups stijfbeugels met schokdempers geïntroduceerd. Richard Cornet, directeur van GPG Stirrups over zijn ervaring met de DPC: "Vóór de DPC

wilde ik eigenlijk geen externe partij bij mijn product betrekken. Omdat de kosten van een DPC niet hoog zijn wilde ik, ondanks mijn eerdere bedenkingen, wel eens kijken wat een professioneel designbureau mij kon bieden. De resultaten zijn geweldig!".

Data en locaties:

De Design Pressure Cookers binnen MKB Design.Brabant vinden plaats op de volgende data en locaties:

- Design Pressure Cooker 'Vrij': 13 oktober 2010 te Breda
- Design Pressure Cooker 'Gezond': 21 oktober 2010 te Helmond
- Design Pressure Cooker 'Groen': 23 november 2010 te Bergeijk



Cees Hogendoorn
Senior Innovatieadviseur
Cees.Hogendoorn@syntens.nl

Syntens
Mozartlaan 7
4837 EH Breda
Tel: (088) 444 0535
www.syntens.nl

MKB Design.Brabant

MKB Design.Brabant is een gezamenlijk project van de provincie Noord-Brabant, Syntens, de Brabantse Ontwikkelings Maatschappij, de Brabantse Kamers van Koophandel en Design Connection Brainport. Het doel is om binnen het bedrijfsleven en met name het MKB meer bewustzijn te creëren rondom de kansen die het samenwerken met ontwerpers biedt. Omdat nog te weinig bedrijven zich van de voordelen bewust zijn zal MKB Design.Brabant binnen de actielijnen 'Gezond', 'Groen' en 'Vrij' bedrijven en ontwerpers bij elkaar brengen om aan het einde concrete resultaten op te leveren: nieuwe producten, nieuwe dienstverlening en nieuwe 'experiences'. Kortom: innovaties, winst en succes voor beide partijen!



Samen(net)werken...

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

Vergroten van draagvlak en motivatie



Janssen & Janssen c.s. Incasso & Gerechtsdeurwaarders – ROC Eindhoven

Maatschappelijk belang voorop!

Janssen & Janssen c.s. Incasso & Gerechtsdeurwaarders is al meer dan 20 jaar actief in de incasso- en gerechtsdeurwaarderbranche in Zuid-Nederland én is tevens specialist op het gebied van onderwijsinstellingen. ROC Eindhoven verzorgt met 20 scholen een divers aanbod van opleidingen aan het middelbaar beroepsonderwijs, aan het voortgezet onderwijs en aan volwassenen.

"Alvorens onze organisaties via Stichting Brabant Onderneemt weer in gesprek traden, had Janssen & Janssen al verschillende stagiaires vanuit het ROC ingezet en waren samen reeds meerdere projecten uitgevoerd. Zo vond in april vorig jaar een project plaats waarbij ROC studenten namens een relatie van Janssen & Janssen, de Kamer van Koophandel Limburg, een outbound belactie hebben verzorgd. Een leuke en leerzame praktijkervaring voor de studenten" zo geeft Roy Beerens, Rayon Manager bij Janssen & Janssen, aan. "Via Stichting Brabant Onderneemt ben ik in contact gekomen met Pierre Eurlings van het ROC Eindhoven. Dit heeft ervoor gezorgd dat de samenwerking intensiever is geworden." Inmiddels verzorgt Janssen & Janssen ook beroepsvoorlichting aan studenten van het ROC. Het maatschappelijk belang staat ook hier voorop.

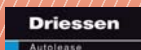


TDFC – Gebrema

Ontwerp en productie blijft in Brabant

Gebrema is een creatief, innovatief spuitgietsbedrijf in het hart van Brabant. TDFC is een 'nieuwe generatie' innovation company. TDFC bedenkt en ontwikkelt producten en zorgt ervoor dat deze producten op de markt geïntroduceerd worden en niet als louter een idee op de plank blijven liggen. Na een onderlinge kennismaking binnen het platform van Brabant Onderneemt bleek al snel dat beide bedrijven een goede aanvulling op elkaars werkzaamheden vormden en elkaar hierdoor bijzonder konden versterken.

Ontwerpen, het maken van matrijzen en produceren; dit waren de volgende stappen in de samenwerking. Inmiddels zijn al twee producten uit de koker van TDFC via Gebrema in productie geplaatst. "De machines draaien op volle toeren en dat smaakt naar meer" lacht Eric van Vught, directeur van Gebrema. Het gaat om twee innovatieve producten; een contactlenzendoosje met tijdsindicatie (de 'i-case®') en een gloednieuwe golfaccessoire (de 'Putch®'). Een duurzame Brabantse samenwerking met een no-nonsens instelling dus, die volop mogelijkheden biedt voor de toekomst!



N.V. Brabantse Ontwikkelings Maatschappij



Uitgave van

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

Hoofredactie

Brabant Onderneemt

Bladmanagement

PublisherPartners
Hidde van Erp
hidde@brabantonderneemt.nl
Tel. 040-2350250

Redactiemedewerkers

Geert van den Eijnden, Hidde van Erp, Niels Vanaken, Frank Cuijpers, Thijs Dorssers, Jan Willem Alphenaar, Laurens Steuten, Ralph van de Oudeweetering, Hans Helsloot, Ron Beukers, Nigel Sno, Maxim Schram, John Bookelaar, Marcel Nicolaas, Marc Camps, Ingrid van Ierland, Hannie Lieveld, Roy Beerens, Paul Mulder en Claire van den Brekel

Advertenties

Cuvado Media & Events B.V.
Contact@cuvado.nl
Tel. 040-2661528

Fotografie

Tom van Zeeland (coverfoto)
Frans van Lieshout Fotografie
Bregje van den Eijnden

Vormgeving

Toro! Grafisch Ontwerp
Bart Heijman Producties

Verspreiding

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

Abonnementen

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

Adreswijzigingen

Adreswijzigingen doorgeven aan Brabant Onderneemt.

Disclaimer

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

Copyrights

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

ISSN

Print: 1879-7067
Online: 1879-7075



Dutch Design Week Eindhoven 23-31 Oktober 2010



CONCEPT: VOLLE-KRACHT // FOTO: LISA KLAFFE

Dutch Design Week 2010

DDW presenteert ongeëvenaarde ideeën, eigenzinnige werken en inzichtelijke oplossingen van ruim 1.500 binnen- en buitenlandse ontwerpers. Van industrieel ontwerp tot architectuur, van grafisch ontwerp tot mode en van duurzaam

ontwerp tot designmanagement. DDW is een podium voor innovatie en inspiratie met een verfijnde mix van nieuwe talenten, gevestigde ontwerpers en bureaus. In samenwerking met onze curatoren bieden wij een evenwichtig en inspirerend evenement.

300 design events >
exposities, workshops,
lezingen en food

www.ddw.nl

