

# BrabantBreed



# BOB HUTTEN

BOB HUTTEN VAN 'HUTTEN CATERING':

# “WE MOETEN ONZE



De algemeen directeur van 'Hutten Catering' uit Veghel, de heer Bob Hutten, dént Brabants, dóét Brabants, lééft Brabants. Kortom, hij ís gewoon één en al Brabants. Hij laat dat ook duidelijk doorklinken in zijn bedrijf met ongeveer duizend medewerkers. Maar ook in zijn leven daarnaast, middels allerlei nevenfuncties en –activiteiten. “Wij zijn eigenlijk een trots volkje. Maar we moeten dat vooral ook uitstralen en nog meer vermarkten. Alleen dan kunnen we Brabant nationaal én internationaal op de kaart zetten.”

*“We moeten uit onze schulp komen en de bescheidenheid van ons afschudden. En vooral overal vertellen waar we goed in zijn.”*

Als Bob Hutten aan het woord is, klinkt er een stortvloed van woorden die ondersteund worden met een breed scala aan gebaren. En bij alles wat hij verbaal aanroert, klinkt steeds door de onvoorwaardelijke aandacht die hij heeft voor mensen alsmede de waarde die hij toedicht aan zijn afkomst met daaraan onlosmakelijk verbonden de Brabantse gastvrijheid. Veelzeggend in dit opzicht is dat Bob Hutten binnen zijn bedrijf hecht aan het woord 'samenwerkers' in plaats van medewerkers of personeelsleden. “Niemand kan immers alleen cateren. Zoiets doe je altijd samen. En dat samenwerken willen wij ook uitstralen naar onze gasten.”

#### **Familiebedrijf**

Hutten catering is een puur Veghels familiebedrijf dat drie generaties terug, in 1929, is ontstaan uit een

dorpsbakkerij. Langzaam maar zeker is het via een lunchroom, café-restaurant en feestzaal uitgegroeid tot een bedrijf dat zich gespecialiseerd heeft in het verzorgen van buffetten en diners. Aanvankelijk op huwelijksfeesten, verjaardagen en recepties, maar sinds midden jaren negentig heeft het bedrijf zich ontwikkeld tot een specialist in de cateringbranche. Met het verzorgen van bedrijfsrestaurantieve diensten, het organiseren van exclusieve bijeenkomsten en evenementen én het continu doorontwikkelen van een ambachtelijke foodservice heeft 'Hutten Catering' zich een plaats weten te verwerven binnen de top van de toonaangevende nationale cateraars. Bob Hutten(44) spreekt met trots over zijn bedrijf: “Al ruim tachtig jaar hechten wij vooral aan de Brabantse gastvrijheid en het ambachtelijke vakmanschap.”



# TROTS UITDRAGEN!"

## Gastvrijheid

Als Bob Hutten spreekt over de kernwaarden van de Brabantse mens dan roemt hij de puurheid, de eerlijkheid en de authenticiteit. En als dat allemaal samen in een mens, een persoon, in een bevolkingsgroep samenkomt dan is dat de grondslag voor de gastvrijheid. "Wij zijn hier nog oprecht en eerlijk. We zijn creatief. We willen onszelf zijn en bieden die ruimte ook aan anderen. Het is hier geven en geven en dan pas nemen."

## Kwaliteiten

Kijkend naar de Brabantse kwaliteiten spreekt Bob Hutten bijna lyrisch. De agrowereld is heel ver. Op het gebied van food is Brabant dé provincie van Nederland en staat Brabant volgens Bob Hutten derde op de Europese ranglijst. Op het gebied van techniek vindt hij Brabant het verst in Europa. Hij roemt Brainport. En transport, design en health blijven steeds maar groeien. "Wat een potentie. Zaak is om dat ook sterk te maken en te houden. Geloven in wat je kunt en dat uitzetten over geheel Europa. Je als Brabant helder positioneren. Maar we moeten er wel over praten. Marketing georiënteerd zijn dus." Bob Hutten steekt zijn ambities niet onder stoelen of banken: "We moeten uit onze schulp komen en de bescheidenheid van ons afschudden. En vooral overal vertellen waar

we goed in zijn. Wij moeten Brabant de belangrijkste provincie van Europa laten zijn."

## Trots

Bob Hutten laat het niet bij loze kreten of holle frasen. Behalve dat hij middels zijn bedrijf stevig werkt aan 'Brabant promotion' is hij ook betrokken bij tal van provinciale

van toezicht van de VVV Noordoost Brabant en hij is voorzitter van 'Food en Feed' Noordoost Brabant. En vanaf de start in maart 2010 maakt Bob Hutten deel uit van de groep 'Merk Brabant'. Deze club van vijftien provinciale merkdragers willen met de slogan 'Dan denk je aan Brabant' de provincie in binnen- en buitenland op de kaart

---

*"Al ruim tachtig jaar hechten wij vooral aan de Brabantse gastvrijheid en het ambachtelijke vakmanschap"*

---

overkoepelende organisaties. Zo is hij initiatiefnemer en bestuurslid van het 'Brabants Familiebedrijvengenootschap', een organisatie waarin 140 Brabantse familiebedrijven met meer dan honderd medewerkers zijn vertegenwoordigd. Hij zit in de raad

zetten. "Binnen mijn bedrijf werken we aan de hand van vijf kernwaarden: verantwoordelijk, transparant, vernieuwend, respectvol en trots. Dat alles kun je ook van toepassing laten zijn op Brabant. Wie kan dan nog om ons heen?"

Door Geert van den Eijnden



**Hutten**

Altijd meer aandacht



# 'DEN BRABANDER' ...(T)ROTS IN DE BRANDING?

**H**et is een bekend gegeven dat onze Brabantse provincie beschikt over een uitstekend ondernemersklimaat. Sterker nog, Brabant is inmiddels een van de meest productieve regio's van Nederland geworden en is zelfs de derde toptechnologische regio van Europa. Zelfs heeft Brabant de ambitie om Europees koploper te worden op het gebied van innovatief ondernemerschap.

Toch is deze ambitie niet bijzonder vreemd te noemen, want onze regio 'ademt' als het ware ondernemerschap. Zo zijn er in Brabant maar liefst 140.000 bedrijven gevestigd en beslaat de totale oppervlakte aan bedrijventerreinen ruim 3.600 hectaren. Een ander feit is dat Brabant, na de Randstad, nationaal gezien de meeste buitenlandse bedrijven aantrekt. Ruim 1.000 bedrijven hebben inmiddels voor Brabant als vestigingsplaats gekozen. Beslissende factoren hierbij zijn veelal de hoge industrialisatie- en innovatiegraad, de aanwezige kenniseconomie, de hoeveelheid aan beschikbare ruimte en de strategische ligging van onze regio. Brabant ligt immers centraal binnen Europa en dichtbij de zeehaven. Wist u dat ruim 25% van de Brabantse economische omzet uit het buitenland afkomstig is en dat 50% van de omzet gevormd wordt door (industriële) export naar het buitenland? Interessant om verder te weten is dat rondom Veghel, Uden en Oss de landbouw uitgegroeid is tot een complete food industrie en dat er in Centraal en West-Brabant een aantal zeer belangrijke industriële en chemische bedrijven gevestigd zijn. Van belang is ook dat er steeds meer samenwerkingen tussen Brabantse bedrijven en kennisinstellingen ontstaan, waardoor onze provincie

inmiddels een gigantische bron aan knowhow herbergt. Denk bijvoorbeeld aan de Brabant Medical School in Tilburg en aan de TNO Automotive in Helmond. Verder kent Brabant een grote mate aan creativiteit, die op academisch niveau beoefend wordt aan onder meer de Design Academy in Eindhoven, de Rockacademie en het Conservatorium in Tilburg en aan de kunstacademies in Breda, Tilburg en Den Bosch.

We kunnen dan ook terecht trots zijn op Brabant en haar ondernemers. 'Brabants trots' is om die reden het thema dat in deze editie van Brabant Breed centraal staat. U leest onder meer een inspirerend verhaal van Bob Hutten, een rasechte ondernemer en levensgenieter die Brabant sinds jaar en dag een warm hart toedraagt. Verder delen diverse bedrijven hun kennis en expertise op tal van interessante terreinen.

Namens Brabant Onderneemt wens ik u wederom veel leesplezier!

Met ondernemende groet,



Niels Vanaken

Bestuurslid Stichting Brabant Onderneemt



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

# VOORWOORD





## 10 HELP, IK STA OP HYVES!

Als je de statistieken moet geloven, kun je als moderne ondernemer niet meer zonder social media. Ga maar na: Hyves heeft iets van 11 miljoen accounts, Facebook scoort wereldwijd meer hits dan Google...

## 24 DE 'EARN-OUT REGELING': VOORKOM EEN IMPASSE!

In onze Brabantse regio vinden jaarlijks tal van bedrijfsovernames plaats. Dit is ook niet zo verwonderlijk, gezien het gezonde ondernemersklimaat dat deze regio kenmerkt...



## 34 BUNKERS (EN U) OP DE GOLFBAAN

Februari is voor BurgGolf Gendersteyn Veldhoven prima gestart na afgelopen lange en koude winter. De golfsport blijkt nog steeds populair. Dat is niet verwonderlijk...

### LEGENDA

Er is een inhoudelijke tip bij het artikel toegevoegd.

U kunt online aanvullende documentatie downloaden.

Er is een LinkedIn profiel gekoppeld

Er is een film- of geluidsfragment gekoppeld.

Er is een website link toegevoegd aan het artikel

Er is een Twitter account gekoppeld.

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

<b>Coverstory</b>	2
“We moeten onze trots uitdragen!”	
<b>Voorwoord</b>	4
<b>Redactioneel</b>	6
BrabantBreed netwerken	
<b>Advertorial</b>	8
Very Important Brabander	
<b>Inhoudelijk</b>	9
Nep echt!	
<b>Communicatie</b>	10
Help, ik sta op Hyves!	
<b>Innovatie</b>	12
Samenwerken: een hype of noodzaak?	
<b>Subsidie</b>	15
Meer winst door innovatie	
<b>Accountancy</b>	16
De kracht van het kleine	
<b>Rubriek</b>	19
Nog één keer de wereldtitel	
<b>Evenementen</b>	20
Brabant gaat Bruisen!	
<b>Bedrijfsadvies</b>	22
Startende ondernemers en de Belastingdienst	
<b>Juridisch</b>	24
De 'earn-out regeling': voorkom een impasse!	
<b>Advertorial</b>	26
De gezichten van S.C.C. De Enck	
<b>Kantoor</b>	27
Kwaliteitskoffie op de werkvloer als socialisatiefactor	
<b>Overname</b>	28
Bedrijfsoverdracht	
<b>Redactioneel</b>	30
Brabant onderneemt Agenda 2011	
<b>Innovatie</b>	32
Relaties zijn het sleutelwoord voor uw succes	
<b>Rubriek</b>	33
Het gevaar van de hyper butler	
<b>Advertorial</b>	34
Bunkers (en u) op de golfbaan	
<b>Drukwerk</b>	35
M.V.O. en de groene economie	
<b>Ondernemen</b>	36
Brabants Ondernemers Kompas	
<b>Rubriek</b>	38
Samen(net)werken	
<b>Colofon</b>	39

# BRABANTBREED

# NETWERKEN

In het pre-digitale tijdperk ging netwerken en verbinding maken minder persoonlijk en minder eenvoudig. Postduif, rookpluim of troubadour werd ingezet om berichten te versturen over grote afstanden. In 1775 werd de kracht van persoonlijke communicatie voor het eerst over grote afstand ingezet in de buurt van Boston. In het boek 'The Tipping Point' van Malcolm Gladwell is te lezen dat opstandelingen via mond-tot-mond communicatie grote afstanden konden overbruggen en groepen mensen bereikten via zogenaamde Verbinders. Naast deze Verbinders blijken Kenners en Verkopers een belangrijke rol te spelen in netwerken.

## SOCIAL MEDIA

### Terug in de tijd

Met de komst van telegraaf en telefoon werd directe 1-op-1 communicatie mogelijk. Televisie en Radio maakten het mogelijk om via één zender grote groepen ontvangers te bereiken. Nog steeds voelen Verkopers zich helemaal thuis bij deze éénrichtings-communicatiekanalen. Dat is nog elke dag te zien en horen via Radio, TV en SMS.

### Sms: een commercieel succes

Hoewel SMS in de jaren tachtig bedacht is voor en door technenuten om snel korte berichtjes uit te wisselen, is het voor de 5.000.000.000 GSM gebruikers dé manier geworden om te communiceren. Zoals bij elk succes springen Verkopers in op het succes van SMS. Zo worden specifieke 'veel SMS-ers' vandaag de dag bestookt met reclames, stemacties en spelletjes en wordt er op die manier massaal geld uit de zakken van de gebruikers geklopt.

### Nieuwe ontwikkelingen

SMS werd gedeeltelijk opgevolgd door Email. Email lijkt een variant op de telegraaf in een hipper jasje, maar bevordert, naast de 1-op-1 communicatie, ook veel cc en bcc irritatie. Sinds 2006 brengt de gratis berichtendienst Twitter daar verandering in door foto's, locaties en hyperlinks toe te voegen aan berichten.

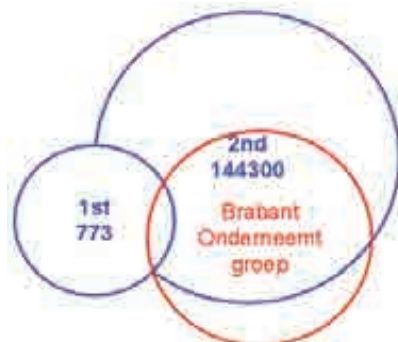
### You

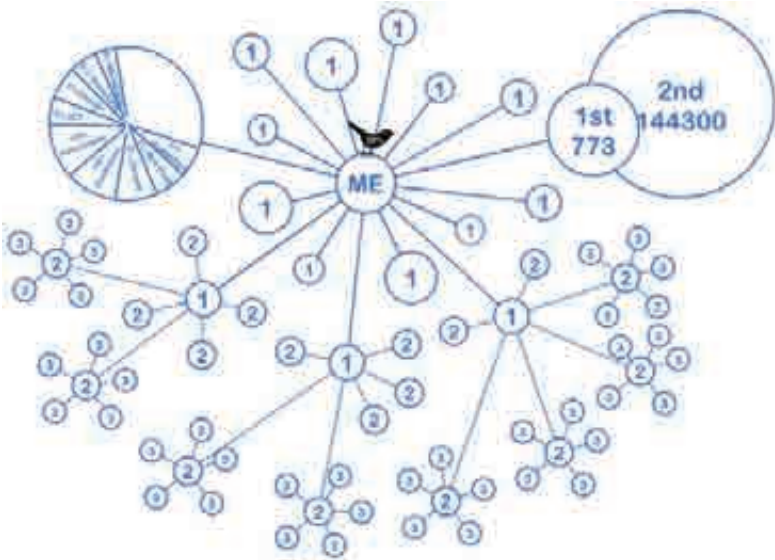
Het is geen toeval dat Time magazine in 2006 'YOU' als internetgebruiker uitriep tot meest belangrijke persoon in het digitale communicatietijdperk.

Dankzij fora, blogs en netwerksites zoals LinkedIn, kan iedereen de regie nemen over zijn of haar digitale communicatie. Laat de Verbinder, Kenner en Verkoper in je los en ga direct aan de slag! De vraag is alleen, hoe pak je dat aan?

### LinkedIn

LinkedIn is een professionele netwerksite waar gebruikers hun werkzaamheden uit het verleden en heden presenteren. Sinds de start in 2003 zijn er wereldwijd 90 miljoen profielen aangemaakt en wordt de website dagelijks bezocht door ruim 47 miljoen unieke bezoekers. Naast een online CV kunnen o.a. applicaties evenementen, presentaties en portfolio's worden toegevoegd aan een profiel. Via discussies binnen één van de 30.000 Nederlandse groepen kan kennis gedeeld worden over tal van onderwerpen. Eén van de grootste LinkedIn groepen van Nederland is de Brabant Network groep met ruim 15.000 leden. De Stichting Brabant Onderneemt staat met 1000 leden in de top vijf van grootste Brabantse LinkedIn groepen.





### Verbinders

Dankzij LinkedIn is het voor iedereen zichtbaar wie met wie verbonden is. En met een aantal Verbinders in je contactenlijst, wordt je netwerk al snel vergroot. Bij elk profiel is te zien hoe je verbonden bent met de ander. Verbinders zijn eenvoudig te herkennen door het groot aantal contacten. Wil je niet alleen op de aantallen afgaan? Kijk dan eens naar de recommendations en andere informatie uit het profiel.

### Groepen

Deelnemen aan groepen is de ideale manier om gelijkgestemden te vinden. Als eens verder gekeken wordt naar de leden van de Brabant Ondernemersgroep, dan blijkt dat er 23 van mijn directe contacten ook bij deze groep aangesloten zijn. Daarnaast zijn 623 leden een contact van een contact, waardoor ik verbinding heb met 380 mensen die ik anders niet was tegengekomen.

### Netwerken

Via LinkedIn is een eerste digitale verbinding met een vakgenoot snel gemaakt. En dit is pas een eerste stap, want na een digitale verbinding is een fysieke afspraak eenvoudig gemaakt. Er kan immers gericht contact gezocht worden. Is een afspraak maken niet mogelijk? Kijk dan eens naar de evenementen waar diegene naartoe gaat. Via de Event applicatie kun je op je profiel aangeven welke evenementen je gaat bezoeken, gaat presenteren of interessant vindt. Omdat je op deze manier al weet wie er komt, kan er beter 'genetwerkt' worden.

### Kennis en kunde

Het mooie van LinkedIn is dat Verkopers snel kunnen worden herkend en vermeden. Dit geeft de ruimte aan Kenners en Verbinders. Zet Verbinders in om contacten te benaderen buiten je directe netwerk. Een Kenner zijn we als ondernemer allemaal, ieder op zijn eigen vakgebied. LinkedIn is dus te gebruiken om specifieke kennis en kunde te tonen aan het netwerk.

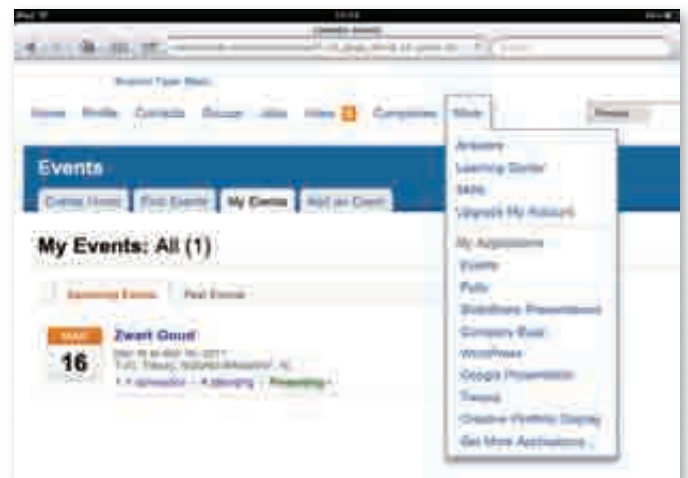
### Tips

Door te discussiëren over verschillende onderwerpen uit jouw vakgebied deel je kennis en komen mensen jouw naam tegen bij bepaalde onderwerpen. Zorg daarnaast voor een duidelijk en compleet profiel, zodat mensen weten waar ze jou voor kunnen benaderen. Vul je profiel aan met een presentatie op Slideshare, of een portfolio op Creative Portfolio Display. Daarnaast kun je in je bedrijfsprofiel producten

en diensten toevoegen, ondersteund met plaatjes en video's. Op die manier bouw je aan een online reputatie die aansluit bij jouw business, met als doel kennis te delen.

Bronnen:

- Wikipedia
- Mashable
- solliciterenvialinkedin.wordpress.com



**Detlef La Grand**

Co-creatie adviseur

Detlef@woid.nl

[www.twitter.com/Detleflagrand](https://www.twitter.com/Detleflagrand)

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



# VERY IMPORTANT BRABANDER

Brabanders zijn wat ons betreft geen gewone Brabanders, maar Very Important Brabanders! En VIB'ers verdienen een Very Important Behandeling.

Omroep Brabant riep de VIB Service in het leven. Alle Brabanders kunnen zich gratis laten registreren als VIB'er via [www.veryimportantbrabander.nl](http://www.veryimportantbrabander.nl). Als VIB'er maken ze regelmatig kans op het winnen van exclusieve acties, vrijkaarten voor bijzondere concerten en luxe verwenarrangementen. Er gaan letterlijk deuren open, die voor andere, meer gewone mensen, gesloten blijven.

Als regionale zender blijven wij altijd op zoek naar de kenmerken van Brabanders, want alleen op die manier kunnen wij radio- en tv-programma's maken die Brabanders willen horen en zien. Met het programma "De Kracht van Brabant" ging Frank Lammers op zoek naar het geheim achter het succes van Brabanders. De Brabanders blijken een trots volkje met een Bourgondische inslag en een "doe maar normaal, dan doe je gek genoeg" mentaliteit. Daarentegen schamen we onszelf niet om zo nu en dan flink gek te doen, zoals met carnaval. Een groot saamhorigheidsgevoel voert dan de boventoon en als Brabanders onder elkaar voelen we ons soms zelfs verheven boven de rest.

De doelgroep waar de VIB Service zich op richt zijn mannen en vrouwen tussen de 20 en 45 jaar. Iedere maand wordt er minimaal één exclusieve actie gepresenteerd en verspreid onder de VIB-leden. Tijdens de looptijd van de actie worden er wekelijks winnaars gekozen.

De acties lopen uiteen van toegangskaarten voor een besloten huiskamerconcert van Guus Meeuwis, tot aan verwenarrangementen met limousine, sky-diven met vrienden, of bijvoorbeeld overnachten in het Sprookjesbos. Exclusiviteit is het sleutelwoord!



Voor u als ondernemer is deze VIB service ook een interessante manier om uw product/ dienst bij duizenden eigenzinnige Brabanders in de spotlights te zetten met een wervende actie.



Wilt u als VIB'er kans maken op een van de acties? Schrijf u dan in op [www.veryimportantbrabander.nl](http://www.veryimportantbrabander.nl)



**Nick Bookelaar**  
Accountmanager  
[nick.bookelaar@omroepbrabant.nl](mailto:nick.bookelaar@omroepbrabant.nl)  
[nl.linkedin.com/in/nickbookelaar](https://nl.linkedin.com/in/nickbookelaar)

Omroep Brabant Reclame  
Science Park Eindhoven 5532  
5692 EL SON  
Tel: (040) 294 93 46  
[www.omroepbrabant.nl](http://www.omroepbrabant.nl)



**VERY IMPORTANT BRABANDER.NL**



# NEP ECHT!

DE REALITEIT REGEERT...

Vorige week ontving ik een verontruste tweet over het feit dat Yvonne Jaspers niet echt in 'haar' 'boer zoekt vrouw'-busje naar de boeren rijdt... En BNN bleek een, alleen voor het oog van de camera cadeau gegeven boek, onder druk van social media, later alsnog te geven...

Over het eerste maak ik me geen zorgen. Ook lang niet alle scènes die wij maken voor tv of internet zijn echt en als we de waarheid geen geweld aan doen, spelen wij juist met die werkelijkheid om de kijker mee te voeren in het verhaal. Maar BNN overschreed een belangrijke en voor hen pijnlijke grens; die van het moraal. Je profileert je niet als gulle gever om, als de opnamen zijn gestopt, het cadeau weer terug te nemen. (Zeker niet van een ongeneeslijk ziek kind in het tv-programma 'Je zal het maar hebben').

Tot voor kort kwamen we niet snel achter dit soort zaken. Maar met een steeds mondiger wordend publiek, die zelf allemaal broadcasters zijn door Hyves, Facebook, youtube en Twitter, kun je als omroep, instelling of bedrijf niet meer om de realiteit heen. Hoe hard je ook schreeuwt in advertenties, promo's of commercials hoe goed je bent; we worden allemaal publiekelijk gecensureerd of, in het geval van BNN, gecorrigeerd.

Hebben commercials of (web) videopromo's dan nog wel zin? Jazeker! Het bereik is door nieuwe media zelfs plaats- en tijdonafhankelijk en, mits aantrekkelijk en boeiend

gemaakt, komt het vroeg of laat bij velen een keer voorbij. Uw doelgroep gelooft niet meer in schreeuwerige, opdringerige 'ik ben de beste en goedkoopste'-promotie. De waarheid, daar draait het om. En liefst verteld door ervaringsdeskundigen. Juist, uw klanten zelf dus.

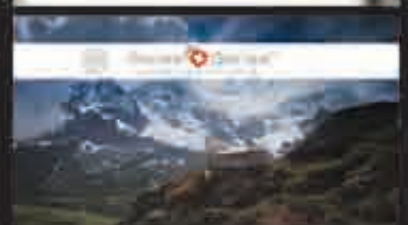
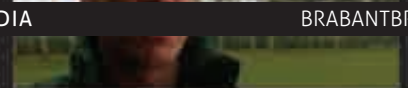
In veel productpresentaties of corporate video's maken we al lange tijd gebruik van testimonials. In 2006 wonnen we zelfs een SAN Accent (Nationale reclameprijs) voor de eerlijke reclamecampagne voor Jumbo Supermarkten. Geen acteurs of figuranten. Maar oprecht tevreden ervaringsdeskundigen geïnterviewd op de winkelvloer.

En die bedden uit de Swiss Sense commercial dan? Die staan ook echt op al die locaties? Jazeker, ook die op 3500m. hoogte in de Alpen (zelfs het paard is met een treintje die berg op gebracht ; ). Reality rules!

De besproken voorbeelden vind u op onze site:

- [www.veldkampproducties.com/portfolio/nutrifeed/](http://www.veldkampproducties.com/portfolio/nutrifeed/)
- [www.veldkampproducties.com/portfolio/medsim-trailer/](http://www.veldkampproducties.com/portfolio/medsim-trailer/)
- [www.veldkampproducties.com/portfolio/swiss-sense-commercial/](http://www.veldkampproducties.com/portfolio/swiss-sense-commercial/)

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



Jeroen Veldkamp

Directeur

[jeroen@veldkampproducties.com](mailto:jeroen@veldkampproducties.com)

[twitter.com/Jeroen\\_Veldkamp](https://twitter.com/Jeroen_Veldkamp)

[nl.linkedin.com/pub/jeroen-veldkamp/10/a8b/3a2](https://nl.linkedin.com/pub/jeroen-veldkamp/10/a8b/3a2)

[www.veldkampproducties.com](http://www.veldkampproducties.com)



**D**e paprika promotiecampagne 'Colourfultaste' heeft als doel om consumenten in Nederland en Duitsland te laten kennismaken met de veelzijdigheid van dit kleurrijke vitaminebommetje, dat in ons land onder glas geteeld wordt. In de campagne draait alles om kookinspiratie en het spelen met recepten. Op de winkelvloer, maar dus ook op internet. Op de website [colourfultaste.nl](http://colourfultaste.nl) vind je bijvoorbeeld een interactief kookboek met handige instructiefilmpjes: paprika's snijden, ontpitten, grillen en ga zo maar door. Plus een aantal, zoals dat heet, 'casual games' met paprika in de hoofdrol. Dat als achtergrond. Nu 5 praktische social media tips uit de campagne:

**Tip 1: Kies media die je doelgroep ook gebruikt!**

Dit lijkt een open deur, maar je wilt niet weten hoeveel mensen hier al de mist in gaan. In het geval van de paprikacampagne hebben we in Nederland gekozen voor Hyves omdat die site (nog) de populairste netwerk-site van Nederland is én veel gebruikt wordt door onze doelgroep: vrouwen met opgroeiende kinderen tot een jaar of 12, die in veel gevallen ook hun eigen profiel hebben. Wil je zakenmensen bereiken? Dan kies je eerder voor LinkedIn, en moet het internationaal; dan misschien Facebook. Liever kiezen en je energie focussen, dan van alles een beetje.

# HELP, IK STA OP HYVES!

Als je de statistieken moet geloven, kun je als moderne ondernemer niet meer zonder social media. Ga maar na: Hyves heeft iets van 11 miljoen accounts, Facebook scoort wereldwijd meer hits dan Google en iedereen Twittert er lustig op los. Maar wat levert het op? En hoe word je met je bedrijf succesvol in social media? Een aantal praktische tips aan de hand van de paprika promotiecampagne waarmee Bureau & zo uit Eindhoven de Brabantse communicatieprijs won voor meest effectieve campagne.

### Tip 3: Verkoop door niet te verkopen!

Gebruikers van social media waarderen het niet als je alleen maar verkooppraatjes te bieden hebt. Sterker nog: vooral jongeren haken massaal af als je ze te commercieel benadert op Hyves of Facebook. En dan werken social media alleen maar in je nadeel. Wij kijken naar zoektermen en volgen discussies over eten, koken en recepten. En daar haken we op in met relevante informatie, filmpjes, games en recepten. Als je mensen de informatie biedt waar ze naar zoeken, dan kun je scoren. Maar onthoud dat je ze vertelt wat ze willen horen, niet wat jij graag kwijt wilt.

### Tip 4: Durf te vragen!

Social media zijn fundamenteel anders dan traditionele media. Dus géén eenrichtingsverkeer, maar dialoog. In ons geval: vragen om nieuwe recepten in plaats van ze alleen maar zelf te plaatsen, mensen uitnodigen om recepten te beoordelen. Wanneer heb je voor het laatst aan een klant gevraagd wat hij of zij nou écht van je vindt? Dat is in de 'echte' wereld toch ook een ijzersterke verkooptool? Bereid je er wel op voor dat je ook kritische reacties kunt krijgen.

### Tip 2: Creëer en faciliteer unieke content

Een goede Hyves pagina is iets anders dan 'je brochure op internet'. Natuurlijk wil je een verhaal vertellen, maar je doet er goed aan om aan te sluiten bij onderwerpen of discussies die al populair zijn. Wij gebruiken recepten en online spelletjes om mensen aan ons 'paprikaverhaal' te binden. In de vorm van wedstrijden en quizjes bijvoorbeeld. En we laten mensen zélf met nieuwe recepten en ideeën komen. Die kunnen ze via onze campagne met vrienden delen, zodat nog veel meer mensen kunnen meegenieten.



### Tip 5: Investeer tijd in je vrienden!

Eigenlijk is het net zoals met je vrienden en relaties in de echte wereld: als je er geen tijd in steekt, komt er niets terug. Wij maken voor ieder campagnejaar een planning van activiteiten, bedenken en schrijven berichten vooraf, en reserveren iedere week een aantal uren om met de campagne bezig te zijn op Hyves. En dat betaalt zich uit in een groeiend aantal vrienden die ook bereid zijn om tijd in ons te steken.

**Meer over de campagne 'Colourful-taste' en de bedenkers ervan vind je op [www.bureauenzo.nl](http://www.bureauenzo.nl)**



**Marco Tramonte**

Directeur  
marco@bureauenzo.nl  
[twitter.com/marcotramonte](https://twitter.com/marcotramonte)  
[www.linkedin.com/in/marco-tramonte](https://www.linkedin.com/in/marco-tramonte)

Bureau & zo  
Stratumsedijk 25a  
5611 NA Eindhoven  
Tel: (040) 257 20 23  
[www.bureauenzo.nl](http://www.bureauenzo.nl)

# SAMEN- WERKEN: EEN HYPE OF NOODZAAK?

Steeds vaker hoor je in het kader van business ontwikkeling dat samenwerking de sleutel tot succes zou zijn. De Brainport regio is hier een succesvol voorbeeld van, zo vertelde burgemeester van Gijzel onlangs tijdens de presentatie van de 'Brainport 2020 visie'. Zo hield hij zijn gehoor voor dat de ontwikkeling van de regio, na het faillissement van Daf en het vertrek van Philips, tot de huidige sterke economische regio alleen mogelijk is geweest door een goede samenwerking tussen bedrijfsleven, kennisinstellingen en overheid. Het succes van de Brainport regio kennen we allemaal. Maar leidt samenwerking door MKB-bedrijven óók tot succes, of is de werkelijkheid weerbarstiger?



## Er was eens...

Toen ik als 17-jarige ging studeren aan de Universiteit van Eindhoven, toen nog Technische Hogeschool geheten, werd er nog gerekend met een rekenliniaal. Informatie stond in boeken en kennis zat in de hoofden van de hoogleraren, docenten en na een tijdje ook in die van mij. Informatie van en over de buitenwereld bereikte mij uitsluitend via kranten, radio, televisie en mijn netwerk van vrienden en medestudenten. De nieuwsverspreiding verliep traag en beperkte zich tot mijn fysieke wereld. Rapporten werden geschreven, uitgetypt en gecirculeerd. Voordat iedereen, bijvoorbeeld 10 medewerkers, het rapport hadden

ontvangen, gelezen en doorgestuurd, waren er al snel 3 of 4 weken verstreken. Goede ideeën ontstonden in laboratoria, waar in stilte aan de verdere ontwikkeling gewerkt werd om zo de concurrent en de consument op een dag te verrassen met een nieuw product. De verkrijgbaarheid was in het begin beperkt vanwege het traag verlopen van het opschalen van de productie.

## 'The earth is the limit'

Anno 2011 is de informatievoorziening onvoorstelbaar snel, uitgebreid en bijna ongelimiteerd qua reikwijdte en toegankelijkheid. Dit geldt ook voor de persoonlijke netwerken, die als gevolg van virtuele netwerken niet meer beperkt worden door de noodzaak tot fysiek contact. We hebben geleerd informatie snel te verzamelen, te verwerken en op te slaan. Samenwerking beperkt ons niet langer tot de omgeving van het laboratorium, maar overstijgt de regio, lands- en zelfs de continentgrenzen. Kortom, 'the earth is the limit'.

## Snelle veranderingen

Dit alles leidt tot snelle veranderingen. Ons economisch en maatschappelijk speelveld beweegt zo razendsnel dat de iPad al geschiedenis is terwijl de grootschalige toepassingen nog maar aan het begin staan. Het is vandaag de dag ondenkbaar om in de beslotenheid van een laboratorium iets te ontwikkelen dat als een complete verrassing geïntroduceerd wordt. Bovendien moeten de producten bij de marktintroductie voldoen aan hoge kwaliteitsverwachtingen en wordt 'broddelwerk' niet langer geaccepteerd.

## Eerder, beter en sneller

We zien dus dat PMC's sneller op de markt gebracht worden en van een betere kwaliteit dienen te zijn. Daar komt nog bij dat andere bedrijven met dezelfde ontwikkelingen bezig zijn en indien we succesvol willen zijn en blijven, dus eerder op de markt moeten komen. Dit geldt zeker voor consumentenproducten, waar de invloed van een zich snel ontwikkelend besef over maatschappelijk



*Door samen te werken wordt namelijk niet alleen winst en verlies gedeeld, maar ook de investeringen.*

ondernemen, bedrijven dwingt tot verandering. Denk maar aan de campagnes van 'Wakker Dier' over gecasteerde varkens en 'kiloknallers'. Eerder, beter en sneller; hoe doe ik dat als MKB-bedrijf? Tenslotte beschik ik maar over een beperkt aantal middelen, zoals medewerkers, kennis en financiën.

#### Het antwoord van het MKB

Hoe kan een MKB-bedrijf deze wedloop winnen? Immers, haar capaciteit is beperkt en haar medewerkers hebben niet overal kennis van. Beide belemmeringen kunnen eenvoudig opgelost worden. Het uitbreiden van kennis én capaciteit is snel en goedkoop te realiseren door samenwerking. Samenwerking met een bedrijf dat aanvullend is op de eigen kennis, kunde en ervaring. Een dergelijke samenwerking heeft een tweede, vaak onderschat, voordeel. Bedrijven die in dezelfde sector, of hetzelfde vakgebied actief zijn, verstaan hun vak en weten wat in hun wereld mogelijk is. Deze bedrijven

zullen ook niet snel samenwerken, want ze zijn immers elkaars concurrenten. De samenwerking waar ik over praat, is die tussen bedrijven uit verschillende sectoren. Het bijkomende voordeel is dat je geconfronteerd wordt met andere gezichtspunten en denkbeelden. Deze kunnen zeer inspirerend zijn en bevorderen de creativiteit van de samenwerking.

#### Samenwerking

Samenwerking biedt dus schaalvoordelen op het gebied van arbeidscapaciteit, kennis en last but not least op het gebied van de financiën. Door samen te werken wordt namelijk niet alleen winst en verlies gedeeld, maar ook de investeringen. Is dat niet voldoende, dan is samenwerking met een investeerder wellicht een optie. Het verdient dan de voorkeur een investeerder te zoeken die een breed netwerk heeft en op die manier extra kan bijdragen aan het eerder, sneller en beter in de markt plaatsen van nieuwe producten.

#### Internationaal

Samenwerking beperkt zich niet tot ons mooie Brabant, maar overstijgt onze landsgrenzen. Samenwerken met buitenlandse partijen biedt maximale mogelijkheden als het gaat om het overschrijden van grenzen op het gebied van creativiteit. Onze Brabantse ondernemingsgeest maakt ons een goede samenwerkingspartner.

#### Geen noodzaak en geen hype

Samenwerking is geen noodzaak en geen hype. Samenwerken is een enorme kans om onze ideeën voor nieuwe producten of diensten eerder, sneller en beter op de markt te brengen en de kans op een positief bedrijfsresultaat te vergroten. Tenslotte leven we niet meer in de tijd van de rekenliniaal.



Samenwerken: een hype of noodzaak?

Discussier mee via de LinkedIn groep van Brabant Ondernemeert



**Laur Vissers**  
Teamleider innovatieadviseurs  
high tech en human health  
laur.vissers@syntens.nl  
[www.linkedin.com/  
profile/edit?trk=tab\\_pro](https://www.linkedin.com/profile/edit?trk=tab_pro)

Syntens  
John F Kennedylaan 2  
5612 AB Eindhoven  
Tel: (088) 444 01 30  
[www.syntens.nl](http://www.syntens.nl)





# Gaat uw secretaresse meedingen naar deze titel?

Geef haar nu op via  
[www.brabantsbestesecretaresse.nl](http://www.brabantsbestesecretaresse.nl)

Naast deze eervolle titel worden  
haar een aantal mooie prijzen  
aangeboden door onze partners.

Brabants Beste Secretaresse 2011 wordt mede mogelijk gemaakt door:

Excellent  
secretary



Huureenruimte.nl



EEN INITIATIEF VAN BRABANT ONDERNEEMT

INNOVATIE ZAL OOK IN 2011 VOOR MEER WINST VAN MKB-BEDRIJVEN ZORGEN

# OOK IN AANMERKING KOMEN VOOR € 30.000 SUBSIDIE?

De IPC regeling is gebaseerd op samenwerkingsverbanden bestaande uit een zogenaamde 'penvoerder' en 10 tot 20 MKB-ondernemers. IPC staat voor Innovatie Prestatie Contracten, kortweg IPC's (maximaal €30.000 voor innovatie). Deze ondernemingen dienen een inhoudelijke samenhang met elkaar te hebben. Hierbij valt te denken aan ondernemingen in dezelfde keten, regio, branche, of met een zelfde thema.



## Werking IPC

De penvoerder kan een brancheorganisatie of stichting zijn, zoals bijvoorbeeld Brabant Onderneemt, maar ook een andere privaatrechtelijke persoon zonder winstoogmerk. Deze dient zich dan structureel bezig te houden met het behartigen van ondernemersbelangen. Na een verkennende fase gaan de groepen bedrijven samenwerkingsverbanden voor twee jaar aan, waarbij zij nieuwe producten of productieprocessen gaan ontwikkelen.

Dit klinkt wellicht als ver-van-uw-bed, maar succesvolle innovaties uit het verleden zijn bijvoorbeeld: warmteterugwinning voor douches, geluidwerende schuifdeuren, deelbare trailers voor efficiënter transport van goederen in steden en milieuvriendelijke toiletunits.

## Innovatie leidt tot meer winst

Uit onderzoek blijkt dat bedrijven uit het midden- en kleinbedrijf die subsidie ontvangen in het kader van de IPC, meer aandacht besteden aan innovatie. Voor bijna 90% van de onderzochte bedrijven is dit het geval. IPC stelt bedrijven bovendien in staat om te investeren op het gebied van samenwerking en kennisoverdracht. Daarbij is gebleken dat in maar liefst 70% van de gevallen innovatie indirect leidt tot meer winst.

## Vergoeding

Iedere deelnemer heeft daarbij zijn eigen tweejarige innovatieplan met daarin concrete doelstellingen over de te behalen omzetvergroting en inspanning op het gebied van R&D. Hiervoor dient men een budgetbegroting te hebben van € 60.000 voor het verkrijgen van de maximale subsidie van € 30.000. Qua kosten moet minimaal 20% betrekking hebben op activiteiten binnen het samenwerkingsverband en minimaal 60% op 'out-of-pocket' kosten met betrekking tot het eigen innovatieplan van de deelnemer.

U kunt via de IPC de helft van de innovatiekosten vergoed krijgen, tot maximaal €30.000. Die kosten zijn

bijvoorbeeld loonkosten, afschrijving van machines, of materiaalkosten voor prototypes.

## Projectidee toetsen

Stichting Brabant Onderneemt gaat als penvoerder fungeren voor bedrijven in Brabant. Wilt u ook deelnemen aan de IPC van Stichting Brabant Onderneemt? Neem dan eerst telefonisch, of per mail contact op. Dit omdat niet alle projecten in aanmerking komen voor een IPC. Het is daarom verstandig dat, voordat een aanvraagformulier wordt ingevuld, de innovatieplannen eerst getoetst worden.



U kunt ook in 2011 via de IPC de helft van de innovatiekosten vergoed krijgen tot max. €30.000.

Enkele voorbeelden van innovaties zijn: warmteterugwinning, geluidwerende schuifdeuren, efficiënter goederen-transport in steden en milieuvriendelijke toiletunits.



### Thijs Dorssers

Bestuurslid  
thijs@brabantonderneemt.nl  
[twitter.com/thijsdorssers](https://twitter.com/thijsdorssers)  
[nl.linkedin.com/in/thijsdorssers](https://nl.linkedin.com/in/thijsdorssers)

Stichting Brabant Onderneemt  
Postbus 536  
5600 AM  
Tel: (040) 266 15 28  
[www.brabantonderneemt.nl/ipc](http://www.brabantonderneemt.nl/ipc)



## Bronnen:

- Indicator
- Agentschap NL



# DE KRACHT VAN HET KLEINE

De toekomst is aan de micronational. In ons digitale tijdperk is schaal-grootte allang geen voorwaarde meer om wereldwijd aanwezig en succesvol te zijn. Bewijzen voor deze stelling zijn er voldoende.

*De grote spelers hebben straks snel denkende en handelende partners nodig om zich aan te kunnen passen aan de gewijzigde omstandigheden.*

**D**ankzij het internet en de verdere digitalisering, zijn de economische verhoudingen opgeschud. Nog maar tien jaar geleden was het een succesvoorwaarde voor een mondiale speler om op de belangrijkste afzetmarkten ten minste een eigen verkoop- en distributievestiging te hebben. Anders kon er niet op tijd worden geleverd en was men niet in staat om lokale markten optimaal te begrijpen en te bewerken. En om zo'n netwerk te kunnen onderhouden en te laten renderen moest ook een multinationale ondersteunende organisatie worden opgezet.

Maar in de netwerkeconomie van nu is het schaalvoordeel van toen een nadeel geworden. Door de beschikbare IT-infrastructuur volstaat het om vanuit een kleine en intelligent (lees:

optimaal gebruikmakend van de beschikbare informatietechnologie) vormgegeven kernorganisatie een wereldwijd netwerk van vaste en losse partners op te bouwen met net zoveel marktimpact en controle als de aloude multinational. Zulke netwerkorganisaties hebben bovendien het voordeel dat ze 'footloose' zijn en op elk gewenst moment mee kunnen veranderen met de laatste trends in marktvaart en technologie. Sterker, juist omdat ze zo flexibel zijn







en geen hypotheek uit het verleden met zich meedragen zullen ze gaandeweg veel van de huidige multinationale merknamen gaan verdringen. Of de multinationals splitsen zichzelf op in reeksen van micronationals. De eerste signalen van deze ontwikkeling zijn al zichtbaar: Microsoft is bezig aan een strategische heroriëntatie van het eigen netwerk en het nieuwe Philips is een netwerkorganisatie die steeds weer nieuwe allianties aangaat.

Voor u als ondernemer van een middelgrote of kleinere onderneming is het per saldo natuurlijk goed nieuws dat de kracht van het kleine nu wordt herontdekt. Met het afbrokkelen van de kracht van de multinational dienen zich ook voor uw bedrijf wereldwijd nieuwe marktkansen aan. En de grote spelers hebben straks snel denkende en handelende partners nodig om zich aan te kunnen passen aan de gewijzigde omstandigheden.

Voorwaarde is wel dat uw organisatie ook straks nog in staat is om snel te schakelen en blijft innoveren in onderzoek en ontwikkeling en in nieuwe distributiekanaalen. Doet u dat, dan wordt uw ooit betreunde gebrek aan schaalgrootte een niet te onderschatten concurrentievoordeel.



**Wim Mulder**

Manager Compliance Services  
[wim.mulder@nl.pwc.com](mailto:wim.mulder@nl.pwc.com)  
[nl.linkedin.com/pub/wim-mulder/6/308/72b](https://www.linkedin.com/pub/wim-mulder/6/308/72b)

PWC  
 Flight Forum 840  
 5657 DV Eindhoven  
 Tel: (088) 792 14 76  
[www.pwc.nl/eindhoven](http://www.pwc.nl/eindhoven)





VVV Eindhoven



Uw organisator op  
het gebied van

DIT IS EINDHOVEN

*Strijp-S programma's  
Teambuilding  
Expatriat-programma's  
Stadswandelingen  
Op-maat  
Groepsarrangementen*

*Afdeling  
Groepsprogramma's  
040-2979113*

Kies uit de thema's Design & Architectuur, DAF, Strijp-S of  
Philips voor een typisch Eindhovens tintje!

Meer informatie op [www.vvveindhoven.nl](http://www.vvveindhoven.nl)

# NOG ÉÉN KEER DE WERELDTITEL

De tweeëndertig jaar jonge Daphny van den Brand begon op haar achtste met de wielersport. Ze won 11 NK's, 3 EK's en één keer het WK. Ze wil komend seizoen nog een laatste keer laten zien wat ze kan. De wereldtitel zou een kroon zijn op haar werk.

"Mijn oudste broer was gaan fietsen en zo ben ik er eigenlijk ook een beetje ingerold. Dan ging ik in de zomer op de weg, en in de winter kreeg ik andere banden op mijn fiets en ging ik veldrijden", vertelt de enthousiaste Van den Brand. "In het begin, in de jeugd, trainde ik twee keer in de week en had ik in het weekend een wedstrijd. Vanaf twaalf jaar werd dat drie keer in de week trainen met soms ook een extra wedstrijd in het weekend." Vanaf haar zeventiende werd Van den Brand steeds serieuzer in haar sport en kreeg ze de juiste mensen om zich heen om gericht te trainen. "Daarvoor deed ik eigenlijk maar wat, terwijl ik nu merkte dat ik echt steeds beter werd. Ik werd geselecteerd voor EK's en WK's, en zo ontstaat dan de kans om volledig voor de topsport te kiezen."

Op dit moment is ze fulltime met haar sport bezig, maar met name in de zomermaanden werkt ze ook mee

binnen het bedrijf CycleXperience van haar man Johan van de Ven. Ze geeft clinics waarbij bijvoorbeeld haar sponsors en hun klanten de fietswereld van dichtbij kunnen ervaren. "Ik vind het leuk om de link te leggen tussen topsport en het bedrijfsleven. Ook Breda Hippique, mede georganiseerd door Topsport Brabant, was hiervan een mooi voorbeeld. Ondernemers en topsporters werden aan elkaar gekoppeld om overeenkomsten tussen elkaars wereld te bespreken."

---

*"Ik vind het leuk om de link te leggen tussen topsport en het bedrijfsleven."*

---

Van den Brand ziet haar laatste seizoen met vertrouwen tegemoet. "Ik ben al een keer wereldkampioen geweest en dat blijf je eigenlijk voor heel je leven. Maar het zou natuurlijk wel een heel leuke afsluiting zijn van mijn carrière om die titel nog één keer te behalen."



**Daan Bemelmans**

Manager

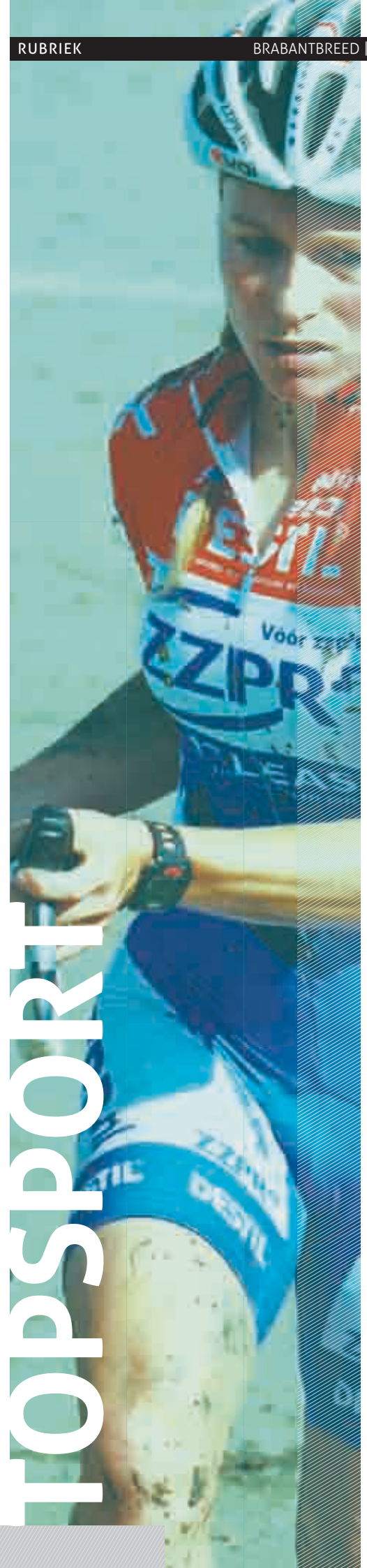
[d.bemelmans@topsportbrabant.nl](mailto:d.bemelmans@topsportbrabant.nl)

[twitter.com/TopsportBrabant](https://twitter.com/TopsportBrabant)

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



TOPSPORT



# BRABANT GAAT BRUISEN!

Op 19 januari mocht ik in Oirschot aan de wereld vertellen dat Brabant Onderneemt en Klaar met de Crisis samen gaan. Wat begonnen was als positieve economische impuls, is uitgegroeid tot een platform van bijna 700 ondernemers.



## Waarom biedt dit platform u kansen?

Toen we als Bureau & zo eind 2009 een campagne voor ondernemers wilden maken, waren we er snel uit. Het was Klaar met de Crisis. Tijd voor een positief geluid. Dat kun je niet alleen. Daar heb je meerdere ondernemers voor nodig. Dus rondbellen maar. En jawel. De boodschap sloeg aan. Dus het werd 'We zijn klaar met de crisis'.

Het liep storm. Dagelijks vonden positieve ondernemers onze website. En het bleef niet bij alleen woorden. Daden volgden ook. Veel acties zijn opgezet om ondernemers andere ondernemers te laten helpen. Van arbeidsrecht tot Google-marketing. En zo kwamen de ondernemers letterlijk bij elkaar en ontstond er business. Op 21 juni wilden we dit project afsluiten met een Handel en Wandel-event. Dat was een ongeëvenaard succes. Ik word er nog regelmatig over aangesproken. Als dat zo gewaardeerd wordt, dan kun je toch niet stoppen? Dus, hoe nu verder?

Daar hebben we veel ondernemers over gesproken. En ook spraken we de Provincie. Die zagen wel iets in een samenwerking met de Stichting Brabant Onderneemt. Dus daar zijn we gaan praten. Het resultaat van die gesprekken is bekend.

## De gemene deler van Brabant Onderneemt en Klaar met de crisis.

Ik heb ervaren dat de Stichting Brabant Onderneemt een zeer actief platform is, dat zich met hart en ziel inzet voor de Brabantse Ondernemers.

1. Het is een initiatief geboren uit het hart van jonge ondernemers.
2. Heel belangrijk vind ik dat het niet een commercieel netwerk is, maar een platform dat ondernemers vooruit wil helpen.
3. Het platform koppelt ondernemers aan elkaar.
4. We vragen een actieve deelname van de ondernemers. Heb je een leuk idee voor andere ondernemers? Wil je andere ondernemers uitnodigen voor een inhoudelijke sessie? Brabant Onderneemt faciliteert. Naast deze initiatieven proberen we ook zelf leuke sessies te organiseren die ondernemers bij elkaar brengt.

# VERSLAG



5. We koppelen niet alleen maar starten ook subsidieprojecten op voor innovatieve ondernemers. Zo zijn we begin dit jaar gestart met een IPC Regeling: subsidie voor innovatieve ondernemers die met elkaar samenwerken.

6. We hebben een spreekbuis naar 20.000 ondernemers in de vorm van Brabant Breed. En naast dit magazine, gebruiken we ook veel nieuwe mediakanalen.

Maar last but not least, het zijn vooral positieve ondernemers die zich bij dit platform hebben aangesloten. Misschien wel de meest abstracte reden, maar dit kun je alleen voelen als je erbij bent.

Tot ziens bij Brabant Ondernemt!

Ingrid van Ierland  
Trots bestuurslid dat Brabant laat  
Bruisen



WETEN WAAR U AAN TOE BENT GEEFT RUST EN POSITIEVE FINANCIËLE RESULTATEN

# STARTENDE ONDERNEMERS EN DE BELASTINGDIENST

Iedereen die een bedrijf opzet, komt met de Belastingdienst in aanraking. Het is belangrijk om te weten op welke wijze dit is. In dit artikel ziet u een overzicht van de verschillende soorten belasting die op u als ondernemer van toepassing zijn. Ook geven wij in dit artikel een aantal belangrijke tips over de boekhouding/administratie. Een goede boekhouding/administratie is namelijk voor iedere ondernemer noodzakelijk. Dit geeft u inzicht en richting en helpt u uiteindelijk tevens bij het winstgevend maken van uw bedrijf.

## Omzetbelasting

Na het inschrijven bij de Kamer van Koophandel moet u, indien u btw-plichtig bent, een btw-nummer aanvragen bij de Belastingdienst. Btw (belasting toegevoegde waarde) wordt ook wel omzetbelasting genoemd. Afhankelijk van het product of de dienst die u levert, gaat het om 0%, 6%, of 19%.

Het basisprincipe van btw is dat ontvangen btw wordt afgedragen en betaalde btw kan worden teruggevraagd. Afhankelijk van de uitkomst van af te dragen btw -/- ontvangen btw, krijgt u, of geld terug, of moet u geld aan de Belastingdienst betalen. Belangrijk: houd per maand bij of u moet afdragen of terugbetalen. Zo voorkomt u liquiditeitsverrassingen.

Nb: Sommige bedrijven zijn geheel vrijgesteld van btw-afdracht. Deze vrijstelling wordt schriftelijk bevestigd door de Belastingdienst. Vraag bij de Belastingdienst na of dit ook op u van toepassing is. Bent u btw-plichtig, dan ontvangt u een schriftelijke bevesti-

ging waarop staat aangegeven of u per maand, kwartaal of jaar aangifte moet doen.

## Inkomstenbelasting

De inkomstenbelasting is het volgende waar u als ondernemer mee in aanraking komt. Er wordt door de Belastingdienst streng gekeken of u voor de inkomstenbelasting wordt aangemerkt als ondernemer. Enkele criteria: het aantal uren dat u aan uw onderneming besteedt (uren criterium), of er winst wordt gemaakt (binnen een redelijke termijn), hoe zelfstandig het bedrijf is, wie de opdrachtgevers zijn, hoe het bedrijf naar buiten treedt en of er ondernemersrisico wordt gelopen; is de ondernemer aansprakelijk voor de schulden?

Wanneer u niet als ondernemer voor de inkomstenbelasting wordt aangemerkt, kunt u toch btw-plichtig zijn. Echter komt u dan voor veel regelingen en aftrekposten niet in aanmerking.

Bent u ondernemer voor de inkomstenbelasting, dan komt u mogelijk voor de volgende aftrekposten in aanmerking:

- Zelfstandigenaftrek
- Startersaftrek
- Investeringsaftrek
- Fiscale oudedagsreserve (FOR)
- MKB-vrijstelling

Deze aftrekposten zijn pas interessant op het moment dat het bedrijf nettowinst maakt. Focussen op bijvoorbeeld het uren criterium heeft pas nut als het bedrijf draait en er zicht is op nettowinst.



Door tijdig na het afsluiten van het boekjaar de jaarcijfers op te (laten) stellen, hebt u sneller zicht op uw bedrijfsvoering en voorkomt u dat u te laat bijstuurt!



### Zorgverzekeringswet

Zowel werknemers, als ondernemers betalen aan de belasting een bijdrage ten behoeve van de Zorgverzekeringswet, afhankelijk van de hoogte van het inkomen. Bij werknemers gaat dit (ongemerkt) via het salaris, een ondernemer krijgt hiervoor een belastingaanslag thuis.

Waarom is een boekhouding noodzakelijk?

1. Omdat het verplicht is. De Belastingdienst eist een deugdelijke administratie. Iedere ondernemer is wettelijk verplicht zijn administratie 7 jaar te bewaren (fiscale bewaarplicht). De boekhouding is nodig om de belastingaangiften te kunnen verantwoorden.

2. Om inzicht te krijgen in:

- de omzet;
- de inkoopwaarde van de omzet;
- de kosten die gemaakt zijn;
- om te kunnen sturen op de bedrijfsvoering;
- om uzelf scherp en gemotiveerd te houden.

De keuze hoe een boekhouding wordt ingericht en de keuze de boekhouding wel, of niet uit te besteden, ligt bij de ondernemer. Er zijn veel ondernemers die besluiten alles zelf te doen. Dit kost veel tijd en energie naast alle werkzaamheden die u verricht om het bedrijf draaiende te houden. Overweeg waar uw sterke kanten liggen als ondernemer en welke risico's u inperkt door (jaar)aangiften uit te besteden. Uiteindelijk draait het in een bedrijf om het verwerven van inkomen en niet om wat u zelf kunt doen.

U kunt de boekhouding uitbesteden aan bijv. een accountant, administratiekantoor, (avond)boekhouder, of een online boekhoudservice.

Kiest u voor uitbesteding:

- overtuigt u er zich dan van dat het kantoor samenwerkt met verschillende specialisten;
- en dat er voldoende kennis is op bedrijfseconomisch en belastinggebied.



Op de website van de Belastingdienst is veel informatie online beschikbaar. Vraag daar ook het 'Handboek ondernemen' aan: [www.belastingdienst.nl](http://www.belastingdienst.nl)

Kies degene die:

- vertrouwen geeft;
- en ook ongeraagd zakelijk advies geeft over bedrijf en privé.

*Wanneer u niet als ondernemer voor de inkomstenbelasting wordt aangemerkt, kunt u toch btw-plichtig zijn.*



**Sigrid Kauffman**

Directeur

[skauffman@werkadvies.com](mailto:skauffman@werkadvies.com)

[twitter.com/sigridkauffman](https://twitter.com/sigridkauffman)

[linkedin.com/sigridkauffman](https://www.linkedin.com/company/sigridkauffman)

WerkAdvies BV  
Kanaaldijk Zuid 17  
5611 BV Eindhoven  
Tel: (040) 212 71 21  
[www.werkadvies.com](http://www.werkadvies.com)

SOME YOU WIN, SOME YOU LOSE...

# DE 'EARN-OUT REGELING': VOORKOM EEN IMPASSE!

In onze Brabantse regio vinden jaarlijks tal van bedrijfsovernames plaats. Dit is ook niet zo verwonderlijk, gezien het gezonde ondernemersklimaat dat deze regio kenmerkt. Zoals bij iedere zakelijke transactie van enige omvang het geval is, gaan met een bedrijfsovername de nodige onderhandelingen gepaard. Maar hoe komen de koper en de verkoper nu tot een verkoopprijs die voor beide partijen interessant en aanvaardbaar is en wat indien de partijen tijdens de onderhandelingen over de verkoopprijs in een impasse terechtkomen? Betekent deze impasse meteen het einde van de onderhandelingen?

**D**e praktijk leert dat overnamebesprekingen aan het eind van de rit vaak niet resulteren in een overeenkomst, eenvoudigweg omdat de koper en de verkoper het niet eens kunnen worden over de verkoopprijs. Veelal is dit het gevolg van het feit dat de verkoper een hogere verkoopprijs wil ontvangen, waarbij hij zich baseert op een (optimistische) inschatting van de toekomstige resultaten van het bedrijf dat verkocht wordt. De koper daarentegen vindt de omzetverwachtingen die door de koper geschetst worden vaak niet realistisch, of in ieder geval nog te onzeker. De koper zal om die reden een lager bedrag dan de vraagprijs willen betalen. Hij wil namelijk niet het risico lopen dat

achteraf blijkt dat hij teveel voor het bedrijf heeft betaald. Het gevolg hiervan is dat tussen de koper en de verkoper een impasse ontstaat, waar zij vaak niet of slechts met veel moeite uitkomen.

#### **Earn-out regeling**

Toch hoeft deze patstelling niet het einde van de onderhandelingen te betekenen. Zo zou de 'earn-out regeling' een handig instrument kunnen zijn om tot een oplossing te

komen. Een earn-out houdt kort gezegd in dat (een deel van) de verkoopprijs pas door de koper aan de verkoper hoeft te worden betaald wanneer een of meer vooropgestelde resultaten (de zgn. 'earn-out targets') door het betreffende bedrijf worden behaald in de periode na de leveringsdatum. De koper hoeft m.a.w. dat deel van de koopprijs pas te betalen indien de resultaten daadwerkelijk zijn gerealiseerd, terwijl de verkoper op zijn beurt de garantie heeft dat hij dat

---

*De meest gebruikelijke financiële earn-out targets zijn gebaseerd op de omzet, het bedrijfsresultaat, of de netto winst van het bedrijf.*

---





De earn-out regeling biedt mogelijkheden om een impasse tijdens onderhandelingen over een bedrijfsovername te voorkomen.

Discussier mee via de linkedin groep van Brabant Ondernemt

deel van de verkoopprijs in dat geval ook daadwerkelijk ontvangt.

#### Meerdere opties mogelijk

Earn-out targets hoeven niet te zien op het hele bedrijf, maar kunnen ook zien op slechts een deel, of een bepaald product ervan. Verder kunnen earn-out targets zowel van financiële, als van niet-financiële aard zijn. Bij earn-out targets van niet-financiële aard valt bijvoorbeeld te denken aan een bepaalde goedkeuring die voor

een product moet zijn verkregen. De meest gebruikelijke financiële earn-out targets zijn gebaseerd op de omzet, het bedrijfsresultaat, of de netto winst van het bedrijf.

#### Aanvaardbare middenweg

Zoals gezegd, kunnen onderhandelingen over de verkoopprijs van een bedrijf tot de nodige hoofdbrekens leiden. Het gebruikmaken van mogelijkheden als de earn-out regeling kan tot gevolg hebben dat de koper en de verkoper komen tot een oplossing die voor beide partijen aanvaardbaar is en elkaar zo toch weten te vinden!



#### Niels Vanaken

Directeur  
niels@akv.nl

[nl.linkedin.com/in/nielsvanaken](https://nl.linkedin.com/in/nielsvanaken)

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



# DE GEZICHTEN VAN S.C.C. DE ENCK

De Enck is een moderne en sfeervolle multifunctionele accommodatie waar bezoekers terecht kunnen voor vrijwel elke gelegenheid: van theatervoorstelling, huiselijke borrel, maatschappelijk werk, zorg en therapie, tot zakelijk evenement. De Enck is dan ook opgedeeld in vijf verschillende facetten: zakelijk, horeca, cultuur, maatschappelijk en zorg/therapie. Wij stellen ons graag aan u voor.

**A**ls Sociaal Cultureel Centrum heb je vele gezichten. Een van de belangrijkste hiervan is de maatschappelijke functie binnen de gemeente. Er zijn dan ook verschillende maatschappelijke- en zorginstellingen gehuisvest. Je kunt hier terecht voor maatschappelijk werk, een huisartsenbezoek, er zijn verschillende gespecialiseerde therapeuten aanwezig, de bibliotheek is gevestigd in het gebouw en er is een activiteitencentrum voor geestelijk gehandicapten.

Er is vanwege alle diversiteit altijd iets te doen in De Enck. De passagedeur wordt 's morgens om 8.00 uur geopend en deze sluit pas om 1.00 uur 's nachts. Het theatercafé, dat grenst aan de passage en hiermee de doorgang is naar alle zalen en ruimten, wordt dan ook niet voor niets de 'Huiskamer van Oirschot' genoemd. Dit is een ontmoetingsplaats waar bezoekers elkaar dagelijks onder het genot van een hapje en drankje het nieuws van de dag brengen.

Het verenigingsleven is ruim vertegenwoordigd in de Oirschotse gemeenschap. Er zijn vele clubs zoals kieners, ouderengym, zanggroepen en toneelverenigingen en dat zijn er slechts een paar van de tientallen uitgelicht. Wij vinden het belangrijk dat deze mensen een vaste plek hebben voor hun activiteiten en dat vinden zij in De Enck.

De hedendaagse discussie over subsidies op cultureel gebied is dan ook complexer dan menigeen denkt. De gelden komen binnen deze instellingen vaak niet ten behoeve

van het theater, maar worden aangewend om repetitieruimten en bijeenkomsten voor lokale verenigingen betaalbaar te maken en te houden. Op het moment dat deze kraan wordt dichtgedraaid zijn niet de artiesten, maar de verenigingen, zoals de KBO, harmonie etcetera hiervan de dupe. Overigens worden wij niet gesubsidieerd en gaat deze problematiek hierdoor deels aan ons voorbij, al ervaren ook wij de negatieve klank die 'sociaal cultureel' momenteel heeft.

## Ondernemerschap

Zoals gesteld ontvangen wij geen subsidie van de gemeente. Dit vergt dan ook een andere manier van ondernemen op sociaal cultureel gebied. Enerzijds moet je een sociaal hart hebben en anderzijds commercieel denken. Deze zaken kunnen hand in hand gaan, omdat we vanuit de sociale/maatschappelijke functie en de verhuringen aan zorginstellingen een solide basis en inkomsten hebben van waaruit we de zalen en horeca kunnen exploiteren.

Hier hoort ook de zakelijke markt bij. Ons RaboTheater is uitermate geschikt voor presentaties en symposia, of in het geval van Brabant Bruist, een nieuwjaarsbijeenkomst. De Enck

beschikt over 7 representatieve vergaderzalen. Naast het theater en de Meesterzaal zijn er kleinere zalen voor maximaal 30 personen. Daarbij kunnen we ook op horecagebeid zorgen voor de innerlijke mens, of het nu gaat om een kop koffie, lunch of een driegangen diner, wij verzorgen het!

## Cultuur binnen handbereik

Als gemeenschapshuis staat ook cultuur centraal. Je vindt in De Enck dan ook diverse muziekl lokalen en er is een dansstudio aanwezig voor de muziekschool en het verenigingsleven. Ook is er een mooie theaterzaal gevestigd met 332 beklede stoelen waar we een gevarieerd theaterprogramma bieden voor jong en oud. We programmeren professionele producties gedurende een theaterseizoen, maar willen tevens een podium bieden aan de vele regionale verenigingen om hun voorstelling te verzorgen.

Voor bepaalde activiteiten kan de zaal in een handomdraai omgetoverd worden in een ruime zaal, waardoor deze voor vele gelegenheden te gebruiken is, van galadiner, tot poppodium.



**Nico de Graaf**

Algemeen Manager

nico@deenck.nl

[twitter.com/ManagerDeEnck](https://twitter.com/ManagerDeEnck)

[nl.linkedin.com/pub/nico-de-graaf/2a/b62/aba](https://nl.linkedin.com/pub/nico-de-graaf/2a/b62/aba)

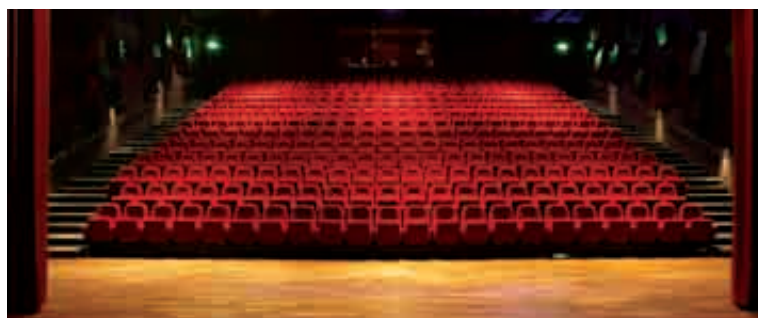
S.C.C. De Enck

De loop 67

5688 EW Oirschot

Tel: (049) 957 26 91

[www.deenck.nl](http://www.deenck.nl)



NESPRESSO COFFEE CORNERS: MÉÉR DAN EEN GOEDE KOP KOFFIE

# KWALITEITSKOFFIE OP DE WERKVLOER ALS SOCIALISATIE-FACTOR

Koffie van hoge kwaliteit is zeker voor bedrijven onmisbaar. Uit diverse onderzoeken blijkt dat de beschikbaarheid van goede koffie een positieve invloed heeft op de motivatie en productiviteit van werknemers. Ook het sociale aspect van gezamenlijk koffie drinken blijkt belangrijk. Vanuit dit gedachtegoed heeft Nespresso speciaal voor haar klanten ingerichte Coffee Corners gecreëerd, zodat de koffiepauze van werknemers zich op een centraal punt op de afdeling of in de organisatie concentreert. Deze corners zijn ontwikkeld vanuit de gedachte dat een koffiehok meer is dan alleen een plek voor een goede kop koffie. Het is vooral ook een plek waar collega's elkaar ontmoeten. Koffie als socialisatiefactor!

Vandaag de dag wordt in de Benelux nog ongeveer 80% van de koffie door de werkgever aangeboden. Hierdoor wordt koffie nog te vaak gezien als een bron van bijkomende kosten voor de onderneming. Sommige bedrijven denken nog steeds ten onrechte dat ze de koffiepauze zo kort mogelijk moeten houden, omdat ze vrezen dat hun werknemers anders minder efficiënt zullen zijn. Ethnologist Jean-Pierre Jardel



Zie koffie niet als een uitgave, maar als een investering

ontdekte echter dat koffiemomenten ervoor zorgen dat de hoeveelheid ziekteverzuim en interne conflicten dalen. Ook stelde hij vast dat koffiemomenten tot een ander tijdmanagement bij de werknemers leidt. Voor goede productiviteit moeten de werknemers de dag zien in een cyclus van verschillende momenten, in plaats van een lange werkdag van acht uur. Het blijkt dus dat de koffiecultuur belangrijk is voor de geestelijke gezondheid van de werknemers en de financiële gezondheid van het bedrijf. Gelukkig stelden we ook vast dat er

bedrijven zijn die dit begrijpen en inzien dat de koffiehok juist een plaats is waar collega's elkaar ontmoeten en waar dus ook veel informele gesprekken plaatsvinden. We kregen steeds meer verzoeken van klanten die hun werknemers meer wilden bieden dan zomaar een machine in de gang, omdat dit de mensen niet echt aanspoort om contact met elkaar te zoeken. Het idee om Coffee Corners te creëren is dus eigenlijk ontstaan vanuit de vraag van onze klanten.

Wij hebben toen nagedacht over een concept dat de koffiepauze op één centraal punt zou concentreren en op die manier ontmoetingen tussen collega's in de hand zou werken. De Nespresso Coffee Corners kunnen worden aangepast aan de specifieke wens van elke klant: op het vlak van omvang, eventuele integratie van grafische elementen zoals het bedrijfslogo en ten slotte op kleurgebruik. Met een Coffee Corner geven bedrijven hun werknemers de kans hun batterij weer even op te laden en collega's hebben zo de tijd om met andere collega's te praten en ideeën uit te wisselen.

Het belang van de kwaliteit van de koffie moeten we daarbij niet onderschatten. Met acht Grands Crus



De koffiepauze is één van de belangrijkste momenten van de werkdag. Bij werknemers die regelmatig een koffiepauze nemen, stijgt de onderlinge harmonie, creativiteit en productiviteit. Het ontbreken van zo'n moment leidt tot een daling van de motivatie en tot slechtere prestaties.

biedt het Nespresso assortiment dan ook voor B-to-B een ruime keus aan profielen en aroma's, zodat werknemers op elk moment van de dag een koffie kunnen kiezen die past bij zijn of haar persoonlijke voorkeur.



Waaruit blijkt dat de medewerkers van uw bedrijf loyaal zijn naar u als werkgever?

Discussier mee via de linkedin groep van Brabant Ondernemt

*We kregen steeds meer verzoeken van klanten die hun werknemers meer wilden bieden dan zomaar een machine in de gang*



**Daniel Thuis**  
Sales Executive  
danielthuis@nespresso.com  
[www.linkedin.com/in/danielthuis](https://www.linkedin.com/in/danielthuis)

Nespresso Business Solutions  
Burgemeester Stramanweg 108-B  
1101 AA Amsterdam  
Tel: (020) 691 88 08  
[www.nespresso-pro.com](http://www.nespresso-pro.com)

MAAK VAN UW PERSOONLIJKE GOODWILL, BEDRIJFSGOODWILL.

# BEDRIJFS- OVERDRACHT

De babyboomgeneratie, de vergrijzing, de economische crisis en het herstel van de financiële instellingen zijn slechts enkele zaken die een sterke invloed hebben op het komende aantal bedrijfsoverdrachten binnen het MKB in Nederland. Het aantal bedrijven dat te koop wordt aangeboden maakt de laatste jaren, ook in Noord Brabant, een sterke groei door. De kans is groot dat u op korte termijn zelf direct, dan wel in uw familie- of kennissenkring, te maken krijgt met een bedrijfsoverdracht. Wanneer u zelf besluit in de komende jaren uw bedrijf te verkopen, zult u er één van de 90.000 in Nederland zijn. Vaak krijgt u op (verjaardags)feestjes de succesverhalen te horen. De bloopers; daar hoort u nooit veel over. Maar wat houdt een bedrijfsoverdracht traject nou eigenlijk in, en wat zijn de punten van aandacht?

**H**et is zaak dat de verkoop goed wordt voorbereid en dat men er op tijd mee begint. Een bedrijfsoverdracht is namelijk veel meer dan slechts het vinden van een koper en het berekenen van de 'goodwill'. Volgens de Adagium-methode 'verbeteren, behouden en

realiseren<sup>®</sup>' worden MKB-ondernemers op adviesbasis begeleid bij het transformatieproces 'van persoonlijke ondernemers-goodwill, naar waardevolle bedrijfsgoodwill'. Niet de ondernemer zelf, maar de competentie van de hele onderneming wordt immers verkocht.

De methode 'verbeteren, behouden en realiseren' levert de ondernemer niet alleen een hogere verkoopopbrengst op. Een belangrijk bijkomend voordeel is dat het bedrijf gezond wordt achtergelaten aan de juiste koper, zodat de verkopende ondernemer zich over medewerkers en klanten geen zorgen hoeft te maken. Een ander belangrijk aspect in deze, is dat de competenties van de ondernemer geborgd worden in de onderneming. Overdracht is een ingrijpende fase in de levensloop van een bedrijf. Het vraagt om een goede voorbereiding op financieel, fiscaal, organisatorisch en persoonlijk gebied.

De periode van voornemen, tot verkoop, tot aan de daadwerkelijke overdracht bestaat uit de volgende fasen:





### 1. Voorbereiden en verbeteren

In deze fase bepaalt u wanneer, hoe en aan wie u de zaak wil overdragen. Zaken als overdracht binnen, of buiten familieverband komen hier aan de orde. Het bedrijf moet in deze fase grondig worden doorgelicht en dit moet worden vastgelegd in een ondernemingsplan. Dat wordt de basis van de 'Bedrijfsbeschrijving'. Dit is een uitgebreid bedrijfsprofiel dat nodig is bij de verkoop van het bedrijf. Verder moet er een overdrachtsplan komen. In deze fase worden ook de doelstelling van de overdracht en de waarde van het bedrijf bepaald.

### 2. Behouden en realiseren

Als het bedrijf wordt overgedragen, dan is het een goed idee om uw opvolger objectief te beoordelen op de volgende eigenschappen: leiderschap, ondernemerschap en deskundigheid. Ook kan het nodig zijn om de positie van eventuele andere familieleden te regelen. In deze fase voert u onderhandelingen met potentiële kandidaten. Dit kan een tijd- en energierovend proces zijn. Het zoeken en vinden van kandidaten is een van de kernactiviteiten van Adagium.

### 3. Van contact naar contract

De koopovereenkomst is nu in zicht. De koper onderzoekt de juistheid en volledigheid van de informatie in een 'due diligence-onderzoek' dat zich richt op potentiële risico's bij de overname. Na afronding van de contractonderhandelingen kan de definitieve koopovereenkomst worden getekend en vindt de overdracht plaats van aandelen of activa/passiva, bezittingen en schulden en de betaling van de koopsom.

### 4. Na de overdracht

Een overdragende ondernemer blijft in de laatste fase vaak nog een tijd actief bij het bedrijf betrokken. Het is belangrijk om daar goede afspraken over te maken. In deze periode kan het nieuwe management worden voorgesteld aan klanten en leveranciers.

*Het is zaak dat de verkoop goed wordt voorbereid en dat men er op tijd mee begint.*



**Luuk Haegens**

Adviseur

Lhaegens@adagium.nu

[nl.linkedin.com/in/luukhaegens](https://nl.linkedin.com/in/luukhaegens)

Adagium Corporate Finance B.V.  
Marshallweg 5  
5466 AH Veghel  
Tel: (041) 322 50 10  
[www.adagium.nu](http://www.adagium.nu)

*Wanneer u zelf besluit in de komende jaren uw bedrijf te verkopen, zult u er één van de 90.000 in Nederland zijn.*

DE VERBODEN STAD



Op woensdag 9 februari heeft Brabant Ondernemt een bezoek gebracht aan Strijp-S, dat in de regio Eindhoven ook wel bekend staat onder de noemer 'de

verboden stad'. Het was weer een ouderwets gezellige Brabant Ondernemt activiteit in een bijzonder gezellige sfeer.

TERUGBLIK

LADIES ONLY



Op 17 februari 2011 vond het eerste 'Ladies Only' netwerkevenement van Brabant Ondernemt plaats. Een bijeenkomst voor vrouwelijke

ondernemers door vrouwelijke ondernemers. Tijdens deze avond speelde de vrouwelijke ondernemer letterlijk en figuurlijk de hoofdrol.

Bekijk alle foto's van de evenementen op [www.brabantondernemt.nl](http://www.brabantondernemt.nl)

BRABANT ONDERNEEMT

# AGENDA 2011

Brabant onderneemt heeft in het nieuwe werkjaar 2011 weer tal van interessante en uitdagende activiteiten gepland. De genoemde activiteiten zijn onder voorbehoud en volstaan wordt met een pakkende titel. Nadere informatie over de verschillende activiteiten, zoals de actuele data en programma, vindt u tijdig terug via de digitale agenda op de website [www.brabantonderneemt.nl](http://www.brabantonderneemt.nl)

## 21 MAART: HIGH-TECH

Tijd: 18.30 uur - 21.00 uur

Locatie: ASML, Veldhoven

Onder de noemer 'High-Tech' gaan we op 21 maart gaan we een kijkje achter de schermen nemen bij ASML.

## 27 APRIL: GEBAKKEN LUCHT

Tijd: nog niet bekend

Locatie: nog niet bekend

Tijdens Gebakken Lucht draait het allemaal om uw kookkunsten! Met een inspirerende workshop van een topchef.

Meer informatie wordt tijdig bekend gemaakt.

## 11 MEI: BRABANTS WATER

Tijd: 13.00 uur - 16.00 uur

Locatie: Waterschap De Dommel/Rioolwaterzuivering Tilburg

Waterschap De Dommel is de waterpartner in Midden-Brabant. Samen met anderen werken zij aan voldoende, veilig en schoon water.

## 20 MEI: GASTVRIJHEID OP HET WATER

Tijd: 12.30 uur - 17.45 uur

Locatie: Cableski BV te Best

Tijdens 'Gastvrijheid op het water' wordt waterpret gecombineerd met een inspirerende, leerzame workshop over gastvrijheid.

## Wilt u meer vernemen over de werking van Brabant Onderneemt?

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



# UITGELICHT

**TRIAS**  
projecten, subsidies & management



Ron Coenen

**Trias projecten, subsidies & management**

Alerbeemdweg 5  
5928 PV Venlo  
Tel: (077) 356 01 00  
[info@trias-subsidie.nl](mailto:info@trias-subsidie.nl)  
[www.trias-subsidie.nl](http://www.trias-subsidie.nl)



Ger Daane

**Ergo Support**

Wintereik 42  
5682 HM Best  
Tel: (0499) 37 70 14  
[www.ergosupport.nl](http://www.ergosupport.nl)  
[info@ergosupport.nl](mailto:info@ergosupport.nl)

**CABLE  
WATERSKI & WAKEDBOARD CENTER**  
BEST



Pieter van Beers

**Calbe Waterskicenter Brabant**

Ekkersweijer 2  
Best  
Tel: (0499) 39 21 21  
[www.waterski-cable.nl](http://www.waterski-cable.nl)  
[brabant@waterski-cable.nl](mailto:brabant@waterski-cable.nl)



Mark Thunnissen

**Thunnissen Makelaardij**

Raadhuisplein 8  
5691 AM Son  
Tel: (0499) 47 43 43  
[www.thun.nl](http://www.thun.nl)  
[info@thun.nl](mailto:info@thun.nl)

**TJALS**  
interiordesign



Charles Gelden

**TJALS design**

Lijsterbesstraat 149  
5616 LE Eindhoven  
Tel: 06 27 35 17 50  
[www.tjalsdesign.nl](http://www.tjalsdesign.nl)  
[info@tjalsdesign.nl](mailto:info@tjalsdesign.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.



ONDERHOUD UW RELATIES VIA DE GOLFSPOORT

## RELATIES ZIJN HET SLEUTELWOORD VOOR UW SUCCES

In het bedrijfsleven wordt veel gedaan aan relatieonderhoud. Het is hierbij van belang dat uw organisatie onder de aandacht komt én blijft bij uw relaties. Er zijn vele manieren om dat te bewerkstelligen. Denk bijvoorbeeld aan bedrukte muismatten, koffiemokken, pennen en kalenders. In het bedrijfsleven wordt tegenwoordig ook veel gerelateerd aan sport en ontspanning. Een populaire sport die vaak ingezet wordt voor zaken en relatieonderhoud, is golf.

**G**olf en business is tegenwoordig een veelvoorkomende combinatie. Het is daarom niet zo verwonderlijk dat golfgerelateerde relatiegeschenken als paddenstoelen uit de grond schieten. Standaard golfballen, pitchvorken of tees worden steeds vaker bedrukt met bedrijfslogo's. De bedrukte golfballen zijn echter vaak aan de prijzige kant en bovendien slaat men deze ballen op de drivingrange weg, waardoor uw bedrijfslogo ook direct uit het zicht verdwijnt. Dit is natuurlijk zonde van uw investering. Hoewel de pitchvork wel een product is dat iedere golfer blijft gebruiken, zijn deze vaak een stuk duurder, waardoor ze doorgaans niet als massa merchandise worden ingezet. TDFC Innovation Company heeft

of evenementenagenda welke relatiegeschenken bij uw bedrijf passen.

### Massa relatiegeschenk of persoonlijk?

Zorgvuldig een relatiegeschenk selecteren kan een enorme impact op uw bedrijf hebben. Vaak is het verstandig zowel 'strooigoed' (massale producties, zoals pennen en aanstekers), als premiums (luxere geschenken voor uw directe contactpersonen) te laten produceren. Vraag uw leverancier gerust om advies en wellicht dat hij een selectie uit het enorme aanbod voor uw bedrijf kan maken. Per slot van rekening is het zijn vak en beschikt hij over meer informatie dan uzelf. Daarnaast kunt u hieruit direct opmaken of u met deze leverancier in zee zou willen gaan. Immers, als hij u niet goed kan adviseren, zou u dan toch bij hem bestellen?



### Aandacht voor versterken relatiemarketing

(Sport) evenementen zijn hét platform voor relatiemarketing en zeer effectief als communicatiemiddel, zeker als het gaat om het versterken van de band met uw relaties of personeel. U kunt evenementen ook als relatiemarketing tool inzetten om enthousiasme te genereren, maar ook om uw relaties een goed gevoel te geven.

### De toegevoegde waarde is belangrijker dan de prijs.

Een relatiegeschenk hoeft niet persé duur te zijn en kan zowel helpen uw naamsbekendheid te vergroten, nieuwe contacten aan te halen, als ook gebruikt worden in de vrije tijd van uw personeel of relatie.



Investeren in relatiemarketing draagt bij aan positief imago van een bedrijf

Discussier mee via de linkedin groep van Brabant Onderneemt

daarom de "Putch" ontwikkeld. Een functioneel product, voor een betaalbare prijs met de mogelijkheid om eenvoudig te personaliseren met een eigen bedrijfslogo. Daarnaast is deze "Putch" verrijkt met een nieuwe functie die ervoor zorgt dat de grip van uw golfclub droog blijft.

Hieronder enkele tips voor uw golfgerelateerde relatiemarketing: Bepaal op basis van uw marketingplan

### Hoe een relatiegeschenk kiezen?

De tip voor het kiezen van een passend, leuk en betaalbaar relatiegeschenk is: maak een lijst van een aantal producten die wat betreft prijs, doel, doelgroep en originaliteit in aanmerking komen. Stuur vervolgens een prijsaanvraag van de verschillende producten naar verschillende bedrijven. Dit is vrijwel altijd vrijblijvend en verplicht u niet tot aankoop. Vervolgens vergelijkt u de prijzen van de producten onderling en de prijzen en voorwaarden van de verschillende leveranciers. Maak daarna uw keuze.



De ideale giveaway voor golfevenementen: [www.putch.nl](http://www.putch.nl)



#### Frank Cuijpers

Directeur  
frank.cuijpers@tdfc.eu  
[twitter.com/FrankCuijpers](https://twitter.com/FrankCuijpers)  
[nl.linkedin.com/in/frankcuijpers](https://nl.linkedin.com/in/frankcuijpers)

TDFC Innovation Company  
Muntplein 14  
5611 TZ Eindhoven  
Tel: (040) 266 15 27  
[www.tdfc.eu](http://www.tdfc.eu)



# "HET GEVAAR VAN DE HYPER BUTLER"

In de mens zitten diverse natuurlijke mechanismen die ervoor zorgen dat we niet in gevaar komen. Bewust en onbewust is ons lichaam continu bezig om ons letterlijk in leven te houden. Een prachtig geolied systeem dat als een soort privé butler non-stop begaan is met ons algemene welbehagen. Deze butler heeft grofweg twee hoofdtaken; het voorkomen van pijn en het creëren van plezier. Duizenden jaren geleden kwam dit neer op twee simpele vragen; "kan ik het eten?" of "eet het mij?" Het antwoord op deze vragen moest razendsnel beschikbaar zijn, want dit bepaalde in welke richting je moest rennen.

Hoewel dit soort gevaren al lang niet meer bestaan, is de butler nog altijd even alert en actief. Razendsnel maakt hij beslissingen in ons leven. Lijkt iets lekker of leuk... hup erop af, lijkt iets eng of naar... aanvallen! Zijn servicegerichtheid is enorm en lovenswaardig, maar zijn uiteindelijke effectiviteit laat vaak ernstig te wensen over. Meer dan ons lief is 'helpt' de hyper butler ons in de problemen. Hij ziet in veel te veel dingen een reden om direct te handelen. Met name in een sociale context gaat dit vaak mis: iemand zegt

iets in een vergadering wat jou niet aanstaat, je partner kijkt even sub-gezellig, of je spulletjes liggen niet daar waar ze horen te liggen. Direct voelt de hyper butler zich 'aangevallen' en gaat over tot actie: bedenkelijk kijken, ongecontroleerde neuszuchtjes, "Ja, maar..."-interventies, onbedoeld pijnlijke tips, felle veroordelende blikken en giftige repliek.

---

*"Als er een vrachtwagen high-speed op je afraast, wil je geen adviseur die alle opties even rustig in ogenschouw neemt".*

---

Wij mensen zouden veel baat hebben bij een langzamer en meer bedachtzaam opererende bediende. Eentje die weet wanneer er écht gevaar is en alleen in die situaties in een flits handelt. Als er een vrachtwagen high-speed op je afraast, wil je geen adviseur die alle opties even rustig in ogenschouw neemt. Maar bij de 99,9% van de momenten in je leven die niet levensbedreigend zijn, mag er best wat trager ingegrepen worden. Misschien dat er dan wat minder situaties ontstaan waar we later spijt van hebben. Every day HIGH SERVICE, Every day HIGH PRICE!

Remco Claassen

COLUMN





# BUNKERS (EN U) OP DE GOLFBAAN

Het golfseizoen is voor BurgGolf Gendersteyn Veldhoven prima gestart. De golfsport blijkt nog steeds populair. Dat is niet verwonderlijk, want de baan is zeer toegankelijk en er heerst een sfeer van Brabantse gezelligheid. Daarnaast merken ze bij BurgGolf de groeiende behoefte van bedrijven om golf in te zetten als "marketingtool". Lessen met collega's, een masterclass volgen met relaties, of je personeel klaarstomen voor het GVB; het gebeurt steeds vaker en hiervoor zijn geschikte

pakketten samengesteld. BurgGolf Gendersteyn beschikt over een uitdagende 27-holes baan met verschillende soorten holes. De baan is niet alleen mooi, maar ook interessant vanwege de diverse hoogteverschillen, bunkers en bos- en waterpartijen. "Golfers moeten in de gelegenheid worden gebracht om hun spelkwaliteiten te toetsen", stelt Wouter Stemerding, Manager van BurgGolf Gendersteyn. "Bunkers zijn hierbij een uitdagend, maar voor velen ook hinderlijk onderdeel."

**W**ist u dat schapen verantwoordelijk zijn voor het ontstaan van bunkers? In de duinen van Schotland, waar schapen aan de lijzijde van heuvels tegen de wind schuilden, zorgden deze dieren ervoor dat het gras verdween en er alleen zand bleef liggen. Tijdens de aanleg van de 'manmade' golfbanen, is dit onderdeel steeds meegenomen. In de loop der jaren zijn de bunkers steeds groter en tevens van strategisch belang geworden.

De golfbaanarchitecten gebruiken bunkers om greens te verdedigen, kortere holes een hogere moeilijkheidsgraad mee te geven en spelers meer naar de andere zijde van een fairway te laten bewegen, om zo bijvoorbeeld een naastliggende hole veiliger te maken.

Het onderhoud van de bunkers is behoorlijk arbeidsintensief. Op een 18-holes baan is één man, dag in, dag uit bezig met het onderhoud van de

bunkers. De bunkerranden en zandlijnen worden scherp gehouden en er mag geen overgroeïend gras zijn. Een scherpe bunkerrand voorkomt discussie of de bal wel, of niet in de bunker ligt. Daarnaast zijn bunkers van grote esthetische waarde.

Een veel gehoorde klacht van golfers is dat ballen in het zand blijven liggen in de eigen pitchmark, een zogenaamde "fried egg lie". Dit is een lastig te voorkomen fenomeen. Vooral in de zomer, als het zand droger is, ploft een bal er gemakkelijk in. Fijner zand zou hiertegen kunnen helpen. Het nadeel hiervan is wel dat er korstvorming ontstaat in de nattere periodes, waardoor de ontwatering zeer matig wordt.

Er is eigenlijk maar één ding dat je tegen 'bunker-angst' of klachten kunt doen. Een golfles bij BurgGolf Gendersteyn is zo gepland en wij helpen u graag met de bunkers, zodat u volop kunt genieten van het spel.

---

*Wist u dat schapen verantwoordelijk zijn voor het ontstaan van bunkers?*

---



**Wouter Stemerding**

Manager

wouter@burggolf.nl

[twitter.com/Stemerding](https://twitter.com/Stemerding)

[nl.linkedin.com/in/wstemerding](https://nl.linkedin.com/in/wstemerding)

BurgGolf Gendersteyn Veldhoven

Locht 140

5504 RP Veldhoven

Tel: (040) 230 01 34

[www.burggolf.nl](http://www.burggolf.nl)

MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN:  
EEN MUST IN 2011!

# M.V.O.

## EN DE GROENE ECONOMIE

De groene economie, eens een droom van een kleine groep 'geitenwollen sokken' activisten, is in de afgelopen jaren uitgegroeid van een hype, tot een niet meer weg te denken onderdeel van de marketingstrategie van bedrijven

Jaren geleden werd in Nederland gestart met 'de kleine aarde', een initiatief waarbij alleen op milieu-, dier- en mensvriendelijke manier gewassen werden verbouwd. Later kwamen daar de verhalen over uitbuiting in de derde wereld bij en nog redelijk recent de film van Al Gore, die bij onveranderd beleid de ondergang van onze huidige wereld voorspelt.

Voor na het zien van de film van Al Gore is het denken over consumptie en consumptiegedrag in de Westerse landen in hoog tempo veranderd. Ook binnen de bedrijven is deze omslag niet onopgemerkt gebleven. Bedrijven worden niet meer alleen beoordeeld

op zaken als prijs, kwaliteit en snelheid van leveren, ook de manier waarop een bedrijf omgaat met maatschappelijke factoren, milieu en inkoop van diensten en middelen wordt meegewogen in de uiteindelijke beslissing om al dan niet tot zaken te komen.



Laat in al uw uitingen zien dat M.V.O. ook voor uw bedrijf een tweede natuur is.

Maatschappelijk verantwoord ondernemen verhoogt de kostprijs, maar sluit wel aan bij de eisen en wensen van onze huidige consumenten. Om deze extra kosten ook te kunnen doorberekenen, zullen we wel duidelijk moeten maken waar deze kosten voor gemaakt zijn.

Voorbeelden in de consumentenmarkt zijn een merk als Max Havelaar en de aanduidingen 'scharreleieren' en 'scharrelvlees' op de verpakkingen in uw supermarkt. Binnen de B2B markt, maar ook naar de uiteindelijke consument toe, zijn er ook mogelijkheden genoeg om het bedrijf te profileren. In Nederland kennen we het ISO14001 certificaat, wat aangeeft dat het bedrijf het milieu serieus wenst te nemen, een certificaat Duurzaam Inkopen, wat het inkoopbeleid toetst aan de maatschappelijke

normen en een certificaat M.V.O., dat zich met name richt op arbeidsomstandigheden, personeelsbeleid en environment. Gecertificeerde bedrijven mogen deze 'groene' keurmerken in hun uitingen opnemen, waarmee direct duidelijk gemaakt wordt waar het bedrijf voor staat.

Veel uitingen van bedrijven worden via papier verspreid. Ook voor papier zijn speciale keurmerken ontwikkeld die aangeven dat dit papier volgens maatschappelijk verantwoorde normen geproduceerd en verwerkt is. We kennen hier twee keurmerken, te weten: FSC en PEFC. Beide papierkeurmerken hebben hun eigen logo dat meegedrukt mag worden op uw uitingen, mits besteld bij een gecertificeerde leverancier. Deze keurmerken hebben inmiddels een zodanig sterke uitstraling gekregen dat het gebruik van deze logo's uw organisatie direct die positieve uitstraling geeft die de huidige markt van u verwacht.



Gebruik voor uw gedrukte uitingen FSC of PEFC gecertificeerd papier en vraag om ook het logo in uw uiting mee te nemen.



The mark of  
responsible forestry

*Bedrijven worden niet meer alleen beoordeeld op zaken als prijs, kwaliteit en snelheid van leveren.*



**Riny Verdonk**  
Directeur  
r.verdonk@tekstbeeld.nl

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



## HÉT BRABANTS ONDERNEMERS KOMPAS...

# GELD IS GEEN ISSUE, MAAR BENT U ONDERNEMER?

Stel, u kampt als (door)startend ondernemer met de moeilijkheid om voldoende bedrijfsfinanciering ten behoeve van uw onderneming te bekommen. De bank doet moeilijk omdat zij onder meer vraagtekens plaatst bij uw bedrijfsplan en bedrijfsstructuur. Het vinden van andere externe financiers blijkt erg lastig omdat zij uw plan te risicovol inschatten. Sinds kort kunt u in een dergelijk geval contact opnemen met het BOK, dat staat voor Brabants Ondernemers Kompas en dat alle nodige expertise in huis heeft om uw onderneming op ieder vlak uitstekend voor de dag te laten komen. Vindt u dan nog niet voldoende financiering? In dat geval gaat het BOK samen met u op zoek naar het benodigde bedrijfskapitaal. Een 'all-in one package' zeg maar.



*Dit kan u als ondernemer ongetwijfeld veel tijd en frustratie besparen.*

Laten we ervan uitgaan dat u een bedrijf voert dat innovatieve duurzame producten ontwikkelt en dat u deze producten binnen afzienbare tijd in de markt wilt plaatsen. Als rasechte ondernemer gaat u natuurlijk met veel enthousiasme op zoek naar het benodigde bedrijfskapitaal en spreekt u meerdere financiers aan. Omdat u bij deze financiers meteen goed wilt scoren en een deugdelijk bedrijfsplan wilt kunnen presenteren, neemt u alle facetten van uw onderneming eens goed onder de loep. U merkt al snel dat u binnen uw bedrijfsvoering met tal van vraagstukken te maken krijgt. Vraagstukken waarbij u meer dan eens de behoefte heeft aan een extern deskundig klankbord.

Allereerst is het bijvoorbeeld van belang om te weten op welke verschillende wijzen de producten kunnen worden ontwikkeld. Wanneer de producten geproduceerd zijn en gereed zijn voor vermarkting zal verder moeten worden nagedacht over de manier waarop deze producten best in de markt worden geplaatst.

De verschillende verspreidingskanalen zullen hierbij onder de loep genomen moeten worden. Dienen er verder wellicht bepaalde registraties plaats te vinden, met het oog op industriële en intellectuele eigendommen? Ook is natuurlijk van belang dat u als ondernemer juridisch goed bent ingedeekt. Zo moeten de contracten die worden gesloten met bedrijven (en eventuele particulieren) waarmee u in het kader van uw bedrijfsvoering te maken krijgt deugdelijk zijn opgesteld. Is de rechtsvorm van uw onderneming wel de juiste is en is uw bedrijfsstructuur op doelmatige wijze ingericht? Is de onderneming verder afdoende verzekerd tegen alle mogelijke schade incidenten die op uw pad kunnen komen en beschikt uw onderneming reeds over deugdelijke algemene voorwaarden?

### Sparringpartner

Kortom, met al deze en nog veel meer vraagstukken zult u als ondernemer op een bepaald moment te maken krijgen. Vraagstukken die ongetwijfeld ook aan de orde zullen komen wanneer u met de beoogde financiers

rond de tafel gaat. Bedenkt u zich eens hoe interessant het zou zijn indien u op al deze terreinen zou kunnen sparren met een sparringpartner, die er bovendien voor kan zorgen dat uw onderneming op al deze terreinen overtuigend overkomt. Dit kan u als ondernemer ongetwijfeld veel tijd en frustratie besparen.

### BOK

Vanuit die gedachte is recent door een aantal private organisaties het Brabants Ondernemers Kompas opgericht. Het BOK kan worden gezien als een kwalitatief adviesportaal voor ondernemers, dat de ondernemers bij al hun vraagstukken kan bijstaan en dat tegelijk bijzonder efficiënt werkt. Doorgaans hebben ondernemers immers nood aan deskundige advisering op tal van terreinen, die meestal aan elkaar gerelateerd zijn, opdat zij de nodige externe financiële middelen kunnen genereren om hun plannen in de praktijk te brengen. Meer dan ooit hebben ondernemers hierbij de behoefte aan een breed klankbord, dat op alle terreinen met de betreffende ondernemer en zijn



**John Bookelaar**  
Directeur  
jbookelaar@bookelaar.nl  
[nl.linkedin.com/in/johnbookelaar](https://nl.linkedin.com/in/johnbookelaar)

Bookelaar Financieel Adviesbureau BV  
Dikkenbergstraat 1  
5628 EA Eindhoven  
Tel: (040) 235 85 85  
[www.bookelaar.nl](http://www.bookelaar.nl)



organisatie kan meedenken. Het BOK gaat zelfs nog een stap verder en gaat actief voor de ondernemers op zoek naar het nodige bedrijfskapitaal, zo nodig via private investeerders.

#### **Kennis, expertise en kapitaal**

Het BOK bestaat uit een aantal onafhankelijke dienstverlenende bedrijven die onderling erg goede contacten onderhouden en waarbij ook de lijnen met de ondernemer zelf kort zijn. De deelnemende organisaties zijn Bookelaar Financieel adviesbureau BV, Schäfer Notarissen, TDFC Innovation Company, Advocatenkantoor Vanaken en Forza Business Development. Door deze unieke

samenwerking wordt de ondernemer op eenvoudige wijze van een schat aan deskundige informatie voorzien en komt deze met zijn onderneming uitstekend voor de dag. Doordat deze organisaties bovendien goede relaties met publieke en private financiers onderhouden, kunnen zij vanuit het BOK met deze financiers bemiddelen ten behoeve van de ondernemer.

Kijk voor meer informatie over het BOK op de website [www.brabantsondernemerskompas.nl](http://www.brabantsondernemerskompas.nl)



BRABANTS  
ONDERNEMERS  
KOMPAS



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

# SAMEN(NET)WERKEN

## SAMEN(NET)WERKEN...WERKT!



In 2006 startte Jeanne-Tine van Vonderen na 15 jaar communicatieadvies en een opleiding interieurvormgeving met J10 interieurconcepten ([www.j-10.nl](http://www.j-10.nl)). J10 ontwerpt creatieve en functionele interieurs voor bedrijven en particulieren. Ze zet haar communicatiekennis in om interieurs voor bedrijven naadloos te laten aansluiten op de (gewenste) totale uitstraling, huisstijl en identiteit.

Daarnaast bedenkt Jeanne-Tine ook communicatieconcepten onder de naam [www.helpikverzuip.nl](http://www.helpikverzuip.nl). In 2010 ontmoette ze Nigel Sno van SnoWi Group. Nigel bleek op zoek naar een tekstschrijver voor zijn website. Jeanne-Tine hielp SnoWi Group bij het bepalen van een nieuwe communicatiestrategie. Vervolgens schreef ze alle teksten voor de bedrijven van SnoWi Group. Nigel introduceerde Jeanne-Tine bij Brabant Onderneemt en bij Tom van Zeeland van Toro! Grafisch ontwerp, die de site voor SnoWi Group vormgaf. Ook hij is deelnemer van Brabant Onderneemt en Help!ikverzuip.nl werkt op dit moment voor verschillende klanten van Toro! Hoewel nog maar kort deelnemer van Brabant Onderneemt zijn inmiddels ook met andere deelnemers links gelegd.

## SEATS2MEET EN...



Seats2Meet is de nieuwste vergaderformule van Europa! Je reserveert vergaderstoelen in plaats van zalen, gemakkelijk en snel via het internet. Ook in Eindhoven is er een vestiging waar diverse deelnemers van het platform al gebruik gemaakt hebben van de vernieuwende vergaderformule. Zo heeft Fontys Hogescholen al meerdere malen een congres laten organiseren door studenten en ook de raad van bestuur van

ROC Eindhoven is enkele keren over de vloer geweest om te vergaderen. De Rabobank Eindhoven-Veldhoven heeft onlangs ook mogen proeven van de mogelijkheden die Seats2Meet biedt.

Ook zelfstandigen uit het platform, zoals Detlef La Grand van WOID, Simonette Wiesman van WIESMAN Organising creative business en Marcel Kennis van de Media Garde maken graag gebruik van de flexplekken om te werken, maar ook om in contact te komen met andere ondernemers. Tevens is Brabant Onderneemt in februari op bezoek geweest met 55 ondernemers. Zij werden geïnspireerd door de toegankelijke en huiselijke sfeer van Seats2Meet.

NESPRESSO

WERKADVIES  
advies | begeleiding

BRABANTS  
ONDERNEMERS  
KOMPAS

VELDKAMP  
PROGRESSIE

B Omroep  
Brabant

syn  
tens

TOPSPORT  
BRABANT  
LE NAAR DE TOEGANG

Hutten  
WISSIE WISSIE WISSIE

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

Brabant  
onderneemt

Bookelaar  
Branche | adviesbureau

ROC

Vanaken  
advies | begeleiding

Adagium  
deskundig in bedrijfsverdrachten

NB  
aan denk je aan Brabant

BUREAU & ZO  
ADVISEER- & CONSULTING

DE  
ENCK

TDFC  
INNOVATION COMPANY

Excellent  
secretary

BurgGolf

#### Uitgave van

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

#### Hoofredactie

Brabant Onderneemt

#### Redactiemedewerkers

Geert van den Eijnden, Niels Vanaken, Frank Cuijpers, Thijs Dorsers, Detlef La Grand, Claire van den Brekel, John Bookelaar, Ingrid van Ierland, Nick Bookelaar, Jeroen Veldkamp, Laur Vissers, Sigrid Kauffman, Nico de Graaf, Daniel Thuis, De Tekstverzorgers, Katja Gijsbers, Luuk Haegens, Remco Claassen, Wouter Stemerding, Rini Verdonk, Jeanne-Tine van Vonderen.

#### Advertenties

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

#### Fotografie

Tom van Zeeland  
Frans van Lieshout Fotografie  
Bregje van den Eijnden  
Cyclixperience

#### Vormgeving

Toro! Grafisch Ontwerp  
Bart Heijman Producties

#### Drukwerk:

\*van de Garde | Jémé, Eindhoven

#### Verspreiding

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

#### Abonnementen

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

#### Adreswijzigingen

Adreswijzigingen doorgeven aan Brabant Onderneemt.

#### Disclaimer

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

#### Copyrights

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

#### ISSN

Print: 1879-7067  
Online: 1879-7075



BEZOEK DE  
GRATIS WORKSHOP



# BESPAAR TIJD EN GELD



Ervaar het complete, gebruiksvriendelijke en prijs-bekroonde boekhoudprogramma van Mamut:

- ✓ Overzichtelijk boekhouden
- ✓ Eenvoudig offertes/orders/facturen maken
- ✓ Relatiebeheer geïntegreerd (CRM)
- ✓ Kant-en-klare management rapporten
- ✓ Maak uw eigen website en webwinkel

**Probeer nu gratis online!**

*"De investering in Mamut heeft zichzelf direct terugbetaald."*

– Guus Leemreize, G&P Products



**GEBRUIK  
MAMUT  
ONLINE**

Mamut Office al vanaf € 11,- per maand  
Mamut is geschikt voor eenmanszaken  
en bedrijven tot 50 werknemers.  
Nu tijdelijke aanbiedingen!  
Lees meer op: [www.mamut.nl/brabant](http://www.mamut.nl/brabant)

Bel ons vandaag op  
**0800 – 444 66 63**  
– Wij helpen u met de juiste oplossing



Probeer gratis online  
[www.mamut.nl/brabant](http://www.mamut.nl/brabant)