

# BrabantBreed



# NICKY BROOS

NICKY BROOS VAN INDOOR SKYDIVE ROOSENDAAL ÉN SNEEUWATTRACTIEPARK SKIDÔME EN ICEKART IN RUCPHEN:

# “WEST-BRABANT IS DE LOGISTIEKE HOTSPOT!”



Voor veel ondernemers in den lande is Zuidoost-Brabant hét industriële centrum bij uitstek. Zeer zeker voor Nederlandse begrippen, maar ook al min of meer binnen (West-)Europa. Nicky Broos, ondernemer in Rucphen en Roosendaal, beaamt dat direct. Maar hij dicht West-Brabant vergelijkbare kansen toe en noemt het gebied dan ook “de logistieke hotspot van de Benelux”. De regio leidt echter naar zijn idee aan een te grote bescheidenheid. “Wij mogen trots zijn op wat hier de laatste jaren is ontstaan. Draag dat dan onderhand ook eens een keer uit!”.

## Indoor

De welbespraakte ondernemer Nicky Broos (43) vertelt gepassioneerd over zijn regio, over het gebied waar hij is geboren en getogen. En waar hij nog steeds woont en inmiddels met drie bedrijven een hartig woordje meespreekt bij de ontwikkeling van het West-Brabantse land. De ex-docent skiën en snowboarden is al zeventien jaar ondernemer. Sinds 1995 runt hij het overdekte sneeuw-attractiepark Skidôme in Rucphen en in 2006 is hij gestart met Indoor Skydive Roosendaal. Aan zijn complex in Rucphen wordt in september van dit jaar indoor Ickart toegevoegd. “Een ondernemer moet vooruit denken en de gedachten eens af en toe de vrije loop laten. Om te willen vernieuwen moet je durven dromen.”

*“Om te willen vernieuwen moet je durven dromen.”*

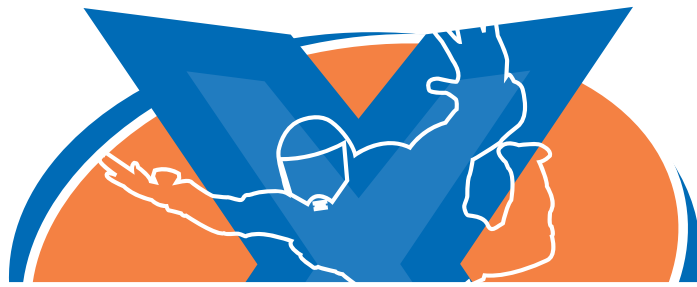
## West-Brabant

Filosofen over het gebied West-Brabant gaat Nicky Broos uitstekend

af. Hij beschrijft zijn woon- en werkgebied als een regio met welhaast onbeperkte mogelijkheden. Centraal tussen de havensteden Rotterdam en Antwerpen. Vlakbij grote bevolkingsconcentraties. En binnen honderd kilometer de luchthavens Schiphol en Brussels Airport. Door die centrale ligging is het een kansrijk gebied: “Hier ligt een kruispunt van belangrijke Europese wegen. Een noord-zuidroute van De Randstad (Amsterdam/Den Haag/Rotterdam/Utrecht) naar de zogenaamde Vlaamse Ruit (Antwerpen/Brussel/Gent/Brugge) en de oost-westverbinding Ruhrgebied-Vlissingen. Veel ondernemingen komen al deze kant op en voelen zich hier thuis.”

## REWIN

Onderzoeken van de West-Brabantse Ontwikkelingsmaatschappij NV REWIN bevestigen de opmerkingen van Nicky Broos. In 2010 was West-Brabant



# INDOORSKYDIVE.COM

immers (samen met Amsterdam) onder grote bedrijven (meer dan vijftig werknemers) de meest populaire plek om zich te vestigen. Naast nieuwkomers uit het buitenland zijn er veel Nederlandse bedrijven die verhuizen of fuseren. En ook 'groeiers' die elders in Nederland op zoek gaan naar een nieuwe vestiging. Het gebied is vooral in trek bij Benelux-kantoren en bedrijven in logistiek en distributie. Dat kan volgens Nicky Broos alleen maar groeien als straks de A4 doorgetrokken wordt en de hoge snelheidslijn via Breda volwaardig functioneert. "Maar we zullen vooral de bescheidenheid en naïviteit van ons af moeten schudden. Wij mogen niet in de slachtofferrol kruipen en steeds naar Zuidoost-Brabant verwijzen. Ook hier moet het motto worden 'specialiseren en samenwerken'."

## Leisure

Omdat veel bedrijven zich graag in West-Brabant willen vestigen, liggen er ook grote kansen op het gebied van sport en recreatie. Dus ook voor het bedrijf van Nicky Broos: "Nederland is het enige land waar zowat alle extreme outdoorsporten ook indoor te beoefenen zijn. Maar als je verder wilt komen, moet je wel alert blijven en op tijd vernieuwen." En dan nóg krijgt iedere ondernemer te maken met moeilijke momenten, met onvermijdelijke keerpunten in het zakelijk bestaan. "Vooral het gedwongen afscheid nemen van mensen is mij wel eens moeilijk gevallen. Als leiding-

gevende doe ik dat wel zelf. Dit heeft me ook weer meer beslissingskracht gegeven".

## Valkuilen

Nicky Broos is bezeten van zijn vak, van het werken in de sport en recreatie, én sterk verbonden mét, eigenlijk gehecht áán de regio. Hij ervaart dat laatste ook als zijn grote valkuil. Hij moet zich soms dwingen om vooral zakelijk te blijven denken. Keer op keer toetst hij bij vrienden, kennissen en adviseurs of zijn richting nog de juiste is. En hij draagt zijn ideeën vervolgens uit.



*"Nederland is het enige land waar zowat alle extreme outdoorsporten ook indoor te beoefenen zijn."*

"Zeker in deze regio mag je niet in de 'ik-vorm' denken. Dat leidt nooit tot 'wij'. Als je echter in de 'wij-vorm' denkt, komt er automatisch 'ik'." Indachtig die filosofie treedt ondernemer Nicky Broos gedecideerd en optimistisch de komende decennia tegemoet: "Er breekt hier een nieuwe, gouden eeuw aan!".

Tekst: Geert van den Eijnden  
Fotografie: Frans van Lieshout





# VOORWOORD

## 'THE SKY IS THE LIMIT...' TOCH?

**E**en kreet die met enige regelmaat door ondernemers geuit wordt is 'the sky is the limit', oftewel niets is onbereikbaar. Natuurlijk valt een goede portie enthousiasme bijzonder toe te juichen en wat is er mooier om te zien dan organisaties die er telkens in lijken te slagen om grensverleggend hun werkterrein uit te bouwen? Na een aantal jaren van kommer en kwel in ondernemersland is een dergelijke vooruitstrevende instelling als een verademing te beschouwen. Voldoende reden om deze editie van Brabant Breed bij dit enthousiasme te laten aansluiten.

Ook in Brabant zijn voldoende voorbeelden van grensverleggende bedrijven en instellingen terug te vinden. Denk maar aan de welbekende marktspelers van wereldklasse als ASML, Philips, NXP en VDL. Maar ook valt te denken aan de steeds groter wordende groep van Brabantse MKB bedrijven, die keer op keer bewijzen bijzonder veel in hun mars te hebben.

Hiernaast is het bekend dat onze overheidsinstellingen er alles aan doen om Brabant zowel nationaal als internationaal nog beter op de kaart te zetten en dat bijvoorbeeld de Brabantse onderwijs-, sport- en cultuursector steeds meer haar plaats in de wereld weet te vinden. Brabant leeft, dat is een feit. Overigens trachten we vanuit Stichting Brabant Onderneemt op steeds meer terreinen ons steentje hieraan bij te dragen.

Waar komt deze positieve instelling eigenlijk vandaan, is een vraag die ik mij weleens stel. Zou het te maken hebben met de geschiedkundige roots van de Brabander of is het eerder een kwestie van toeval? Dit laatste denk ik persoonlijk niet. Het is immers geen

geheim dat de doorsnee Brabander een harde werker en creatieve doorzetter is, maar dat hij tegelijk erg sociaal, gemoedelijk en Bourgondisch in het leven staat. Verder is het een gegeven dat de Brabander als ondernemer zijn focus eerder zal richten op de toekomst dan dat hij het verleden met zich zal meeslepen. Al met al voldoende ingrediënten voor een ruimdenkende ondernemersgeest.

Hoe het ook moge zijn, belangrijk is dat een dergelijke ondernemersgeest gekoesterd en aangemoedigd wordt. Pas dan wordt werkelijk niets onbereikbaar en kan men niet meer om Brabant heen. Laat dat ons gezamenlijk streven zijn.

Geef uw ongebreideld enthousiasme de vrije teugel!

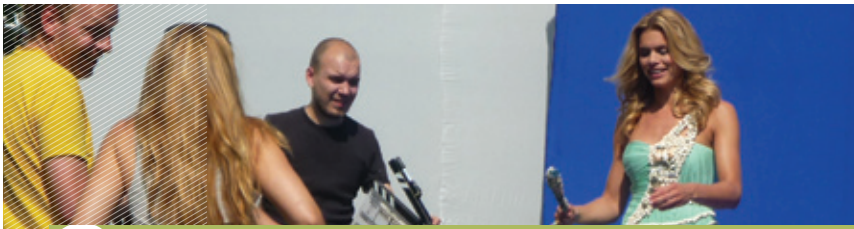
Met ondernemende groet,

Niels Vanaken

Bestuurslid Stichting Brabant Onderneemt



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



## 9 BN-ERS IN COMMERCIALS

Meeliften op de bekendheid van een BN-er vind ik een creatieloze marketing-truc. Bij zéér hoge uitzondering zou het kunnen, maar dan is het noodzakelijk dat die persoon als geen ander bij het product of in het verhaal past. Bovenal moet het nog steeds een verrassend, goed én geloofwaardig verhaaltje zijn.



## 27 LATEN WE GELD LIGGEN?

De bouwsector maakt een moeilijke tijd door. Een structurele daling in bouwvolume van de afgelopen jaren heeft de sector tot een vechtersmarkt gemaakt. Té veel aanbieders voor té weinig projecten, met als gevolg de historisch lage prijzen voor projecten. Toch wordt er nog steeds geld verdiend...




## 35 FOTOBOEKEN OOK EEN MARKETINGTOOL?


Uw digitale foto's presenteren in een gedrukt album naar uw smaak, leuk om nog eens na te genieten van uw vakantie. Maar ook een manier om uw bedrijf of producten eigentijds te presenteren, uw bedrijfsfeesten vast te leggen of misschien wel als relatiegeschenk. Mogelijkheden te over...


### 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
“West-Brabant is de logistieke hotspot!”	
<b>Voorwoord</b> 	4
<b>Rubriek</b>  	6
Innoveren: we kunnen het niet alleen!	
<b>Advertorial</b> 	8
Unieke samenwerking waar muziek in zit	
<b>Media</b>   	9
BN-ers in commercials	
<b>Accountancy</b>  	10
Ontwikkelingen in de Schenk- en Erfbelasting	
<b>Advertorial</b> 	12
Wipe out, locatie voor teambuilding	
<b>Communicatie</b>  	13
Informatie, Inspiratie en Interactie	
<b>Coaching</b>   	14
Luchtkastelen en dagdromen	
<b>Overheid</b>	16
Octrooilicenties: groeispurt voor uw bedrijf	
<b>Advertorial</b>	18
Toverland, avontuurlijk bedrijfsfeest	
<b>Rubriek</b>  	19
De slimme golfer	
<b>Redactioneel</b>	20
Brabants beste secretaresse 2011	
<b>Advertorial</b> 	22
KPN Business Center Son, verbindt ondernemers	
<b>Juridisch</b>  	23
Show me the money!	
<b>Advertorial</b>	24
The sky is the limit	
<b>Rubriek</b>	25
Gamba, gazpacho en citroenverbena	
<b>Communicatie</b> 	26
Is de sky voor iedereen de limit?	
<b>Bouw</b> 	27
Laten we geld liggen?	
<b>Coaching</b>   	28
De ideale ondernemer bestaat niet!	
<b>Redactioneel</b>	30
Brabant Onderneemt agenda 2011	
<b>Advertorial</b>	32
Regio Business Dagen	
<b>Rubriek</b>	33
The sky is the limit	
<b>Innovatie</b> 	34
Van speelgoed tot gereedschap	
<b>Drukwerk</b> 	35
Fotoboeken ook een marketingtool?	
<b>Advertorial</b>	36
Regina Coeli verlegt grenzen	
<b>Juridisch</b>  	37
Internationaal zakendoen	
<b>Rubriek</b>	38
Samen (net)werken	

# INNOVEREN: WE KUNNEN HET NIET ALLEEN!

HET KOPPELEN VAN KENNIS, KUNDE, CREATIVITEIT EN CONTACTEN IS DE KUNST

## Van alle tijden...

Het ontstaan van creatieve samenwerkingsverbanden is van alle tijden. Neem als voorbeeld de ontginning van De Schermer, een poldergebied in Noord-Holland van bijna 65 km<sup>2</sup> groot. Om deze ontginning te bewerkstelligen kwamen particuliere initiatiefnemers in de 17de eeuw op eigen initiatief bijeen, waarna de plannen om het toenmalige Schermermeer in te polderen gezamenlijk zijn uitgevoerd.

**N**iet enkel deze gezamenlijke actie is bijzonder te noemen, maar ook de innovatieve wijze waarop deze inpoldering heeft plaatsgevonden is opmerkelijk. Zo werd het Schermermeer allereerst uitgerust met een binnenboezem, met gevolg dat kleine peilverschillen gemakkelijk konden worden opgevangen. Hiernaast werden in de Schermer, in plaats van losse gangen, een aantal maalcomplexen van ondermolens toegevoegd. Het grote voordeel van dit systeem was dat wanneer een molen uitviel, de gang gewoon door kon gaan. Doordat de drooggevallen vruchtbare kleigrond door de initiatiefnemers verpacht kon worden, ontstond uiteindelijk een gezamenlijke economische en maatschappelijke activiteit.

## Samenwerking anno nu...

Ook in onze huidige tijd wordt driftig samengewerkt, hetgeen meer dan eens tot creatieve resultaten leidt. Zo hebben bijvoorbeeld 11 ondernemingen eind april via Brabant Onderneemt een gezamenlijk projectplan ingediend bij AgentschapNL, om deel te kunnen nemen aan de IPC tender ('IPC' staat voor Innovatie Prestatie Contract). Het gaat om de ondernemingen Secure In Air, Bureau & Zo, GROMM, Salestouch, Neotrack, 3Masters, Art Nature Design, Sanders Innovation, Into Conferences, Robotics Industries en FullWebService. Hiermee is de start gemaakt voor het ontstaan van gezamenlijke innovatie.

De doelstelling van de deelname is het verkrijgen van subsidiegelden van AgentschapNL ten behoeve van het realiseren van de beoogde vernieuwingen.

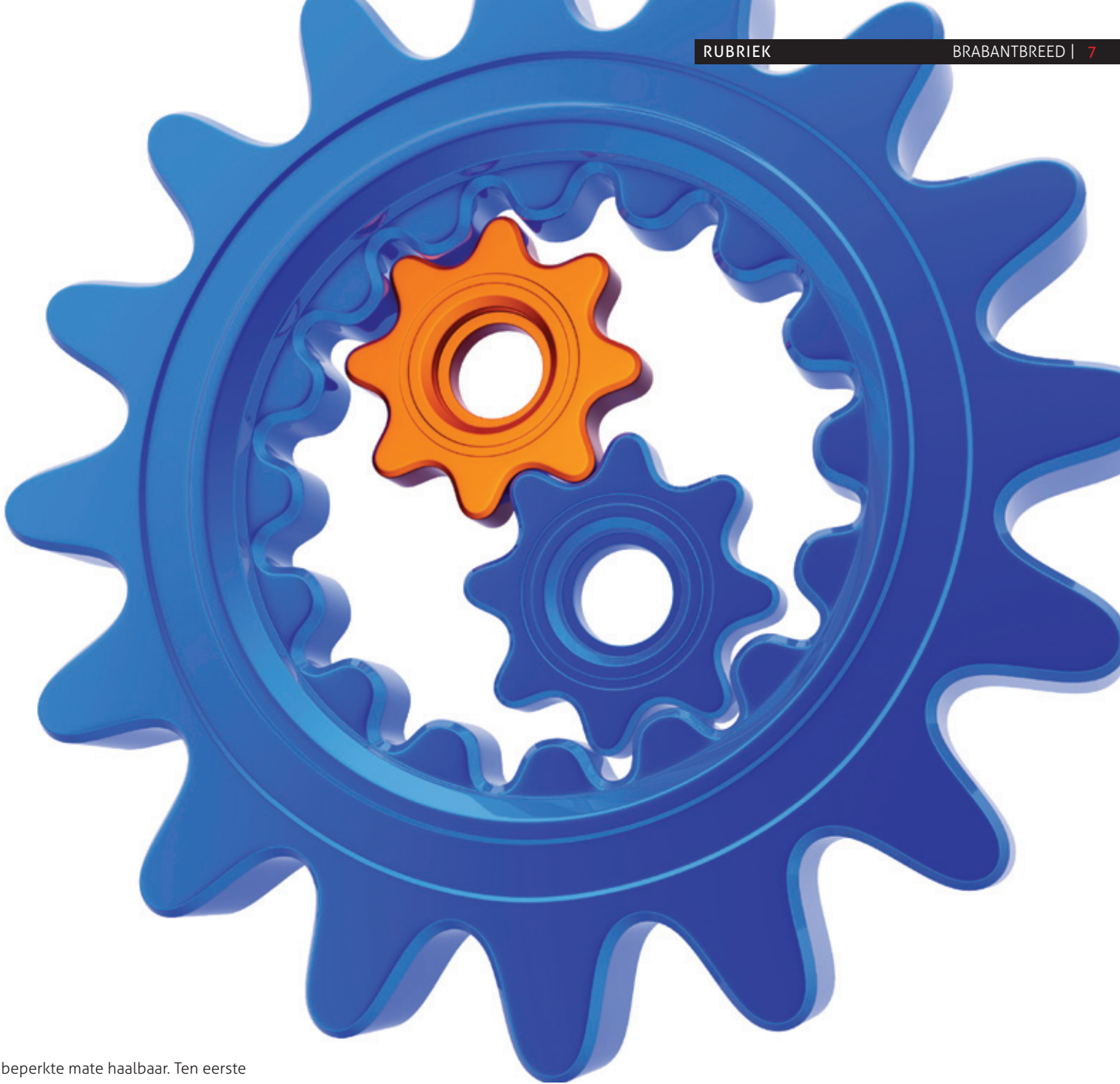
Gemiddeld gaan deze ondernemingen voor 88% collectieve investeringen doen in nieuwe producten, diensten en technologieën of een combinatie daarvan. Feit is dat al deze afzonderlijke ondernemingen reeds ideeën hadden voor vernieuwingen. Wat echter nog ontbrak waren de juiste kennis, kunde en contacten om deze vernieuwingen daadwerkelijk te realiseren. Via het uitgebreide netwerk van Brabant Onderneemt zijn op relatief korte termijn voldoende samenwerkingspartners gevonden.

## Welke innovatiestrategie toepassen?

Kijken we naar Apple, dan zie je een compleet ander verhaal. Afdelingen worden strikt gescheiden, zodat door de verschillende inzichten de kwaliteit hoog gehouden kan worden. Bedrijven met toegevoegde waarde worden opgekocht in plaats van opgezocht. Door juist het verschil tussen disciplines uit te buiten is het Apple gelukt om een van de meest innovatieve bedrijven van het huidige tijdperk te worden.

Binnen de gezamenlijke werking van Brabant Onderneemt is een dergelijke innovatiestrategie natuurlijk maar in

# INNOVATIE



beperkte mate haalbaar. Ten eerste omdat het hoofd R&D, Innovatie en Marketing meestal een en dezelfde persoon is. Ten tweede omdat het opkopen van elk bedrijf dat toegevoegde waarde zou kunnen hebben vaak geen optie is. De vraag is hoe gaan we concreet te werk in een economie waar samenwerking steeds belangrijker wordt?

#### **De kunst van het koppelen**

Bedenk dat alle kennis al beschikbaar is. Deze kennis is alleen nog niet aan elkaar gekoppeld. Het is dus de kunst om de juiste combinaties te maken, zodat binnen die combinaties een unieke 'configuratie' ontstaat. Alleen, waar vind je de juiste kennis? En kan deze kennis dan direct 'copy-paste' in een project geschoven worden?

Het begint met het stellen van de vraag binnen het juiste netwerk. Om weer even terug te grijpen naar het IPC-project van Brabant Onderneemt; binnen dit project vindt actieve samenwerking plaats via periodieke contactmomenten en/of digitaal via de LinkedIn-groep. Tijdens eerdere contactmomenten werd het IPC-project uitgediept, werden de individuele plannen voorgelegd en werden potentiële partners gevonden. Gedurende het project zal het login gedeelte van de Brabant Onderneemt website verder uitgebreid worden, om zo een nieuwe samenwerkingsomgeving te creëren. Ook zal een actieve begeleiding en ondersteuning plaatsvinden door de bedrijven

Werkadvies en WOID. Natuurlijk zullen niet enkel de deelnemende bedrijven zelf maar ook het gehele netwerk op de hoogte worden gehouden van de ontwikkelingen binnen het project.

#### **The sky is the limit**

Creative en innovatieve samenwerkingen leiden tot wonderbaarlijke resultaten, zoveel is zeker. Dus waarom zouden de volgende Facebook en Ipad niet uit het netwerk van Brabant Onderneemt kunnen komen? Ook deze producten zijn gegroeid vanuit een gezamenlijke gedachte. Eendracht maak macht; innovatieve eendracht leidt tot kracht!



**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)

# UNIEKE SAMENWERKING WAAR MUZIEK IN ZIT:

OMROEP BRABANT, BAVARIA & BAVARIA OPEN AIR

Op 27 en 28 augustus staat het Brabantse Lieshout weer in het teken van Bavaria Open Air. Een tweedaags openluchtfestival waar 24.000 bezoekers komen genieten van de grootste en allerbeste Nederpop- en rockbands van dit moment. Als exclusieve opwarmer van dit Brabantse muziekspektakel komt Omroep Brabant zes weken lang met de muzikale reeks 'BOA CityTour' uit. Een serie intieme miniconcerten waar een aantal topartiesten van Bavaria Open Air mooie cafés, verspreid over Brabant, aandoen. De keuze van de cafés laat Omroep Brabant aan de fans zelf over.

De organisatie van Bavaria Open Air, Bavaria en Omroep Brabant slaan de handen ineen en organiseren voor de echte, Brabantse muziekliefhebbers de BOA CityTour! Voorafgaand aan Bavaria Open Air in Lieshout, toeren een aantal Bavaria Open Air-artiesten door onze provincie. Grote namen zoals Waylon, Alain Clark en Jacqueline Govaert treden nu eens niet op in grote theaters en stadions, maar gewoon, in kleine, intieme cafés! De voorbereidingen zijn reeds in volle gang en er hebben zich inmiddels 120 cafés uit de hele provincie aangemeld. Zij zijn er klaar

voor om de eigen stamgasten te trakteren op een aantal bijzondere miniconcerten. De BOA CityTour wordt opgenomen op 28 juni, 4 juli en 9 augustus en de registraties van deze concerten worden op Omroep Brabant TV uitgezonden op iedere zaterdag van 16 juli t/m 20 augustus en zijn tijdens de opnamedagen LIVE te horen op Omroep Brabant Radio. Bavaria Open Air is ook LIVE te zien op 27 en 28 augustus op Omroep

Brabant TV, en te beluisteren via Omroep Brabant Radio. Omroep Brabant verheugt zich op deze unieke samenwerking met Bavaria Open Air en Bavaria. Een samenwerking die 'Brabant Breed' zal bijdragen aan het organiseren en registreren van muzikale festivalspektakels in onze provincie.



**Peter Henst**  
Accountmanager  
peter.henst@omroepbrabant.nl  
[www.linkedin.com/in/peterhenst](https://www.linkedin.com/in/peterhenst)

Omroep Brabant  
Science Park Eindhoven 5532  
5692 EL SON  
Tel: (040) 294 93 36  
[www.omroepbrabant.nl](http://www.omroepbrabant.nl)





# BN-ERS IN COMMERCIALS

MEER EEN VALKUIL DAN EEN KANS...

**Meeliften op de bekendheid van een BN-er vind ik een creatieloze marketingtruc. Bij zéér hoge uitzondering zou het kunnen, maar dan is het noodzakelijk dat die persoon als geen ander bij het product of in het verhaal past. Bovenal moet het nog steeds een verrassend, goed én geloofwaardig verhaaltje zijn. Het werd voor mij dus écht spannend toen het een voorwaarde was...**

Afgelopen weken heb ik, in samenwerking met reclamebureau Koolen van Wordragen, voor Starline Pools en Equipment een nationale commercial campagne gemaakt. Nicolette van Dam, actrice (Zoop / Voetbalvrouwen) en presentatrice bij RTL4 (o.a. Ik kom bij je eten) was door opdrachtgever Starline al gecontracteerd voor een rol in de commercial.

Werken met BN-ers in commercials komt wat mij betreft te vaak voor. Opdrachtgevers trappen te snel in de valkuil om niet met een creatief hoogstandje tot bekendheid te willen komen, maar met een BN-er de aandacht van consumenten te trekken. Reclamemakers die dat vervolgens in een plat concept uitvoeren (Arie voor de Mediamarkt, Frans Bauer voor de Nederlandse Energie Maatschappij) vind ik gemakzuchtig. Een BN-er scoort bij voorbaat en je klant vindt het geweldig om te kunnen zeggen dat ze gisteren nog met Arie, Katja, Tineke, Yolande, Anouk of Bram een vorkje

hebben geprikt. Maar wij raden het per definitie af.

Waarom? Iedereen vindt al wat van die persoon en dat staat 9 van de 10 keer de boodschap in de weg. Óf het imago moet 1 op 1 passen bij het merk én de boodschap (Bram Moszkowicz voor Centraal Beheer). Toch blijft er een groot afbreuk risico (Marco Bakker, Yuri van Gelder).

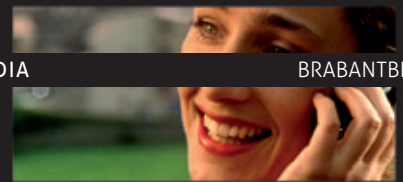
Liever ontwikkelen we zelf BN-ers; een sterk creatief concept uitgevoerd door een sublieme maar onbekende acteur of actrice. Benchmark voor ons is dan absoluut de supermarktmanager in de AH commercials.

Sta ik dan niet achter de keuze voor Nicolette in de Starline commercial? Zeker wel. Want ik voelde me nu juist uitgedaagd om haar niet als zodanig op te voeren, maar te embedden in het concept. Ze is natuurlijk bovenal een zeer goed actrice en daar ben ik altijd voor. Mijn missie is dus geslaagd als Nicolette u in de commercial niet als BN-er opvalt. Laat u het me weten?

Voorbeelden vindt u op onze site:

- <http://www.veldkampproducties.com/portfolio/fred-ed/>
- <http://www.veldkampproducties.com/portfolio/olympus/>
- <http://www.veldkampproducties.com/portfolio/jumbo-boekhouder/>

**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)

# ONTWIKKELINGEN

## IN DE SCHENK- EN ERFBELASTING

Het onderwerp schenken en erven doet bij velen de tongen losmaken. De hoge tarieven en het onbegrip over de reden van deze belasting zijn vaak onderwerp van discussie. De laatste jaren is deze wetgeving op een aantal fronten gewijzigd en zijn de tarieven verlaagd. Onveranderd is dat degene die de schenking of nalatenschap ontvangt, de schenk- of erfbelasting moet betalen. Hierna een korte uitleg van de huidige wetgeving en een aantal specifieke onderwerpen.

### Systematiek en tarieven

Eerst wordt de waarde van de schenking of erfenis bepaald. Hierop worden vervolgens eventuele vrijstellingen in mindering gebracht. Het restant wordt vermenigvuldigd met het belastingtarief. Afhankelijk van de relatie van de verkrijger tot de schenker of erflater, gelden in 2011 de volgende tarieven:

De echtgenoot, partner en kinderen betalen 10% over een verkrijging tot € 118.708 en over het meerdere 20%. Voor verkrijgingen van anderen (overige familieleden, of derden) zijn de tarieven 30% respectievelijk 40%. Dit laatste percentage is het maximale huidige tarief.

### Vrijstellingen

In 2011 kunnen ouders aan ieder kind € 5.030 belastingvrij schenken (bij kleinkinderen is dit € 2.012). Voor kinderen tussen de 18 en 35 jaar geldt een éénmalig verhoogde vrijstelling van € 24.144. Dit kan verder worden verhoogd naar € 50.300 als de schenking door het kind wordt gebruikt voor de aankoop of verbouwing van de eigen woning. De aflossing van een reeds bestaande hypotheek kan hier ook onder vallen.

Bij overlijden gelden andere vrijstellingen. Kinderen kunnen een bedrag van € 19.000 belastingvrij ontvangen en partners € 600.000. Ook niet-getrouwde partners kunnen onder voorwaarden voor deze hoge vrijstelling in aanmerking komen. Een bezoek aan de notaris zal dan noodzakelijk zijn.

### Bedrijfsopvolging

De overdracht van een onderneming heeft de wetgever zo veel als mogelijk willen ontzien van belastingheffing. Dit bevordert de continuïteit van het bedrijf. Zo is de verkrijging van een onderneming met een waarde tot € 1 miljoen voor 100% vrijgesteld. Voor ondernemingen die meer waard zijn, geldt voor het meerdere een 83% vrijstelling. Voorts kan voor de betaling van de belasting die over dat meerdere is verschuldigd uitstel van betaling worden verkregen. De vrijstelling geldt ook wanneer iemand tijdens zijn leven de onderneming

(of een gedeelte daarvan) schenkt aan de beoogde opvolger. Let er op dat de verkrijger de onderneming wel moet voortzetten gedurende minimaal 5 jaar en de vrijstelling niet geldt voor een beleggingsvennootschap (zo ook niet voor een pensioen, stamrecht of ander beleggingsvehikel).

### Goede doelen

Indien een goed doel door de belastingdienst is erkend als algemeen nut beogende instelling ("anbi"), hoeft de instelling geen belasting te betalen over ontvangen schenkingen en nalatenschappen. De instelling moet de anbi-status hebben voordat de schenking of erfenis plaatsvindt. Ook voor bijvoorbeeld



Overweeg een fiscaal geoptimaliseerde bedrijfsopvolging.



sportverenigingen geldt een vrijstelling. Hiervoor moeten ze zijn aangemerkt als sociaal belang behartigende instellingen.

### Constructiebestrijding

Met ingang van 1 januari 2010 zijn de mogelijkheden om schenk- en erfbelasting te voorkomen ingeperkt. Een in het verleden gekozen constructie is daardoor zeer waarschijnlijk aan revisie toe.

Denk hierbij bijvoorbeeld aan de overdracht van de ouderlijke woning aan de kinderen onder het beding dat de ouders het levenslange recht van bewoning hebben, levensverzekeringen in de familiesfeer, een gecreëerde schuldvordering verhouding tussen ouders en kinderen. Allemaal tot doel

de toekomstige nalatenschap te minimaliseren. Wie herkenning ziet in deze voorbeelden, raden wij aan uw adviseur te raadplegen. Ook om de mogelijkheden die er wel nog zijn om schenk- en erfbelasting te besparen, optimaal te benutten.



Een in het verleden gekozen constructie is nodig aan revisie toe



**Rob Hoeks**  
Fiscaal jurist  
info@feros.nl  
[www.linkedin.com/in/robhoeks](https://www.linkedin.com/in/robhoeks)

FEROS Accountants & Belastingadviseurs  
Postbus 6209  
5600 HE Eindhoven  
Tel: (040) 252 03 25  
[www.feros.nl](http://www.feros.nl)

**FEROS**  
ACCOUNTANTS &  
BELASTINGADVISEURS



Je hebt het vast weleens gezien op tv: deelnemers die proberen van de ene grote rode bal op de andere te springen en deze hindernisbaan zo snel mogelijk moeten zien te overleven. Een activiteit waaraan alleen deelnemers van televisieprogramma's kunnen deelnemen, is dit niet meer. Ook jij kan je tegenwoordig uitleven op een spectaculair wipe-out parcours. Met vrienden, je gezin, maar ook met je collega's. Wie durft?

# WIPE OUT

## LOCATIE VOOR TEAMBUILDING

In Bergeijk is sinds kort een professioneel wipe-out en zeskamp parcours geopend. Air-adventure is een indoor locatie met een oppervlakte van 1350 vierkante meter puur avontuur. Bij Air-adventure gaat het om durf, actie, uitdagende hindernissen en spannende games. Een geweldig schouwspel om te zien, maar meedoen is nog veel leuker.

Sport verbindt, en daarom is deze locatie bovendien zeer geschikt voor personeelsuitjes en teambuilding activiteiten. Het is een zeer leuke en sportieve manier om elkaar beter te leren kennen, om vergroting van effectiviteit en samenwerking te krijgen in een team of binnen een bedrijf en te komen tot topprestaties.

*Air-adventure biedt u een sportief en veilig arrangement, waar nog lang over wordt nagepraat.*



**Loek van der Putten**  
Eigenaar  
info@air-adventure.nl

Air-adventure  
Loo 24-26  
5571 KR Bergeijk  
Tel: (0497) 55 55 64  
www.air-adventure.nl

Het nieuwe concept, opgezet door Loek en Carla van der Putten, is uniek in Nederland en in korte tijd uitgegroeid tot een populair uitje. Met een scala aan extreem grote luchtkussens, biedt air-adventure voor ieder wat wils. Denk hierbij aan een stormbaan, levend voetbaltafel, rodeostier, wipe out en nog enkele andere spelvormen. Er worden diverse activiteiten georganiseerd die uitermate geschikt zijn voor familiedagen, kinderfeestjes, vrijgezellenfeesten of schoolreisjes.

De kracht van air-adventure schuilt in een op maat gemaakt en compleet verzorgd programma dat geheel bij uw gezelschap past. De teams kunnen zo worden samengesteld dat iedere deelnemer een specifieke opdracht heeft. Een afsluitende lunch, buffet of barbecue behoort ook tot de mogelijkheden en maakt air-adventure tot de place to be in Brabant.



Ken je dat? De hele dag opgevouwen zitten, in een tochtige congreszaal. En maar luisteren naar mannen in grijze pakken, die veel te veel commerciële informatie hebben gepropt op veel te veel PowerPoint sheets. En om 17.00 uur moe naar huis. Dit is helaas nog steeds het draaiboek voor veel congressen. Jammer, want als je een bijeenkomst organiseert voor je klanten en prospects, dan wil je toch dat die mensen vol energie naar huis gaan. Klaar om zaken te gaan doen?



DE DRIE I'S VAN SUCCESVOLLE CONGRESSEN

# INFORMATIE, INSPIRATIE EN INTERACTIE

**W**anneer is je congres een succes? Wij meten de kwaliteit van een bijeenkomst aan de hand van drie i's: informatie, inspiratie en interactie. Die vormen samen direct een handige checklist voor alle zakelijke bijeenkomsten: vergaderingen, 'hei-dagen', kick-off bijeenkomsten, openingen, seminars, beurzen en ga zo maar door. Een korte introductie.

## Informatie: wat willen mensen horen?

Om maar met de deur in huis te vallen: niemand zit te wachten op commerciële praatjes en borstklopperij. Een goed congresprogramma maak je dus niet op basis van je bedrijfsbrochure. Je moet research doen. Welke thema's zijn actueel, wie hebben daarmee te maken? En bel gewoon eens wat mensen die je straks ook in de zaal verwacht. Grote kans dat je op een heel ander programma uitkomt. Het gaat om nieuws, ervaringen, discussie, tips en trucs. Niet om verkoop. Wie dat principe omarmt, maakt congresprogramma's die uiteindelijk ook commercieel het meest opleveren.

## Inspiratie: vol energie naar huis

Wat wil je bereiken met je congres? Dat iedereen met een houten kop van het luisteren naar huis gaat, of liever bruisend van de energie en vol nieuwe ideeën? Ik denk het laatste. Natuurlijk heeft dat te maken met een inhoudelijk sterk programma en inspirerende sprekers. Maar ook met 'fun'. Durf het eens anders dan anders aan te pakken. Gebruik Twitter om discussies op te leuken, zoek een locatie waar nog niemand aan dacht, zorg voor amusement. Kortom: doe eens gek en verras je gasten met een congres waar de vonken vanaf spatten. Saaie bijeenkomsten zijn er al genoeg.

## Interactie: geef mensen een podium om te netwerken

Misschien is deze 'i' wel de belangrijkste van de drie. Congressen hebben namelijk alles te maken met mensen die iets delen: informatie, ervaringen, contacten. En dat moet je faciliteren met meer dan een borrel aan het einde. Niet alleen maar luisteren naar lezingen, laat mensen participeren in het programma. Als het even kan al voordat het congres plaatsvindt.

LinkedIn is bijvoorbeeld een prima platform om netwerken op gang te brengen in de weken voor het congres. Je kunt mensen ook actief bij elkaar brengen, door speeddate sessies bijvoorbeeld, of een lunch met thematafels. Ideeën genoeg, je moet alleen onthouden dat de tijd buiten de congreszaal minimaal zo belangrijk is als de tijd die mensen in de zaal doorbrengen.

Is er een blauwdruk voor succesvolle congressen? Niet als je zoekt naar een standaard formule. Succes komt namelijk pas als je iets unieks neerzet. Maar als je deze principes als uitgangspunt gebruikt, maak je van je congres wél een evenement dat scoort. En daar is het allemaal om te doen.



### 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)





Luchtkastelen en dagdromen, wat roept dit bij jullie op?

Discussieer mee via de LinkedIn groep van Brabant Onderneemt

ker wel te verstaan. De tijd is voorbij dat de coach en de opleider slechts als "brandweermannen" kunnen worden beschouwd bij het invullen van coach- en leermomentjes.

Ook bij docenten, trainers en coaches zal van een veranderende aandacht en inzet worden verlangd. Stimulering van deze categorie zal zich moeten uiten in het ontwikkelen van (intern) ondernemerschap en het samen ontwikkelen van het MVO traject. Het gaat hier om vakbekwame mensen in combinatie met de juiste technologieën. En daar zijn we dan weer aanbeland bij mijn dagdromen. Mijn luchtkastelen zo u wilt. Laat nu

uitgerekend Brabant Onderneemt als penvoerder optreden voor de IPC regeling 2011\*. Wij hebben, met tien andere Brabant Onderneemt leden, hiervoor ingetekend.

En wat willen wij? Een virtuele omgeving waarbij 24 uur per dag mensen elkaar ontmoeten en hun luchtkastelen kunnen omzetten in echte kastelen. Zeg maar een plaats waar je in een veilige omgeving je dagdromen op een virtuele basis daadwerkelijk kunt omzetten. Wij gaan deze dagdromers en luchtkastelenbouwers daarbij helpen. Hoezo, the sky is dan the limit? We schieten zelfs door de dampkring heen! Ik hou u op de hoogte.

\* Edward Gibbon, Brits geschiedkundige (1737-1794)

\* Met het IPC kunnen groepen van tien tot twintig MKB-ondernemers onder begeleiding van een penvoerder gezamenlijk werken aan de uitvoering van hun innovatieplannen. Bij de uitvoering van de innovatieplannen speelt onderlinge samenwerking een belangrijke rol. Zowel de penvoerder als de deelnemende bedrijven krijgen subsidie voor de uitvoering van de innovatieplannen. Een penvoerder is een non-profit organisatie die aantoonbaar de belangen van ondernemers behartigt. De regeling wordt uitgevoerd door AgentschapNL. Stichting Brabant Onderneemt fungeert in 2011 als penvoerder voor een IPC aanvraag vanuit deelnemende bedrijven uit het platform.

Bron: [www.brabantonderneemt.nl](http://www.brabantonderneemt.nl)



**André van der Lee**  
Directeur  
[andrevanderlee@3masters.nl](mailto:andrevanderlee@3masters.nl)  
[twitter.com/#!/Jan3Masters](https://twitter.com/#!/Jan3Masters)  
[linkedin.com/pub/andré-van-der-lee/7/4b5/ba7](https://www.linkedin.com/pub/andré-van-der-lee/7/4b5/ba7)

3Masters B.V.  
Zandoerlseweg 18  
5507 NJ Veldhoven  
Tel: (040) 205 18 63  
[www.3Masters.nl](http://www.3Masters.nl)



# OCTROOILICENTIES: GROEISPUIT VOOR UW BEDRIJF

EEN MANIER OM GELD TE VERDIENEN AAN DE MARKT VAN ANDEREN



Wist u dat Ford maar liefst 60% van al haar octrooilicenties aan andere autofabrikanten heeft verleend? Er rijden dus heel wat auto's van de concurrentie rond op Ford-technologie. Licenties maken het mogelijk om meer geld te verdienen met octrooien, zelfs op de markt van de concurrent. Hoog tijd voor het Nederlandse mkb om deze markt te benutten. Vergeleken met andere Europese mkb-bedrijven doen we in Nederland te weinig met licenties. Een pleidooi om innovatief om te gaan met octrooien, van Hans Helsloot, octrooiadviseur bij NL Octrooiencentrum.

## Groeistrategie

Bedrijven die willen groeien, doen er verstandig aan zich te verdiepen in octrooilicenties. Zeker nu het lastiger is geworden om financiering te vinden. Met octrooilicenties kunnen uitvindingen eerder op de markt komen, met lagere investeringsrisico's. Vaak zijn ondernemers bang dat ze een concurrent creëren wanneer ze licenties verlenen. Maar dat hoeft niet. Een goede licentiestrategie levert omzet naast de bestaande omzet, op een markt die u zelf minder makkelijk bereikt. Het is natuurlijk wel belangrijk dat u goed weet welke kennis u wilt delen en met wie.

## Licentie = gebruiksrecht

Een octrooilicentie is een afspraak tussen octrooihouder en licentienemer. De licentienemer krijgt toestemming van de octrooihouder om de uitvinding zelf te maken, te verkopen of toe te passen. U kunt op alle intellectuele eigendom (octrooien, auteursrecht, merken, knowhow, etcetera) licenties verlenen. Een octrooilicentie gaat bijna altijd samen met overdracht van knowhow. Denk

daarbij aan de praktische kennis en ervaring om een product te maken, te onderhouden of te repareren, de verpakkingstechnologie, of de distributiekanaalen. Alle bijbehorende knowhow kan veel waard zijn voor anderen en deze kunt u dus ook licentiëren aan anderen.

De tegenprestatie voor een licentie is vaak een bepaald percentage van de omzet in de vorm van royalty's. Het kan echter ook een vast bedrag zijn of een niet-financiële tegenprestatie, bijvoorbeeld het ontwikkelen van een toepassing of een markt.

## Voordelen van licentiëren

Als een octrooihouder licenties verleent aan partijen die al toegang hebben tot de markt, is de uitvinding vaak eerder op de markt en met lagere investeringsrisico's. Een ander voordeel van het verlenen van licenties aan bedrijven die al een markt hebben, is dat het investeringen bespaart in het zelf ontwikkelen van

## Cool Food Ideas

Cool Food Ideas heeft een machine ontwikkeld waarmee snel ijsblokjes kunnen worden gemaakt, die gemakkelijk portioneerbaar zijn. Het bedrijf maakt de eerste machine zelf, waarna retailers als Albert Heijn, Jumbo en SuperDeBoer de blokjes in de Benelux op de markt brengen. Het veroveren van de wereldmarkt vraagt enorme investeringen en risico's. Door op zoek te gaan naar licentienemers buiten de Benelux, verkleint het bedrijf deze risico's.





# Valorisatie



een markt. Bovendien is een bedrijf met een licentieportefeuille veel meer waard voor haar investeerders.

## Aan de slag met licenties

Als u licenties op een octrooi wilt verlenen, dan moet u goed weten hoe exclusief uw technologie is. NL Octrooiadviseurs van NL Octrooi-centrum kunnen u helpen bij het vinden van octrooiaanvragers op uw vakgebied, in de landen van uw interesse. Zij kunnen u ook informeren over verschillende beschermingsmogelijkheden voor uw technologie.

### Liquavista

Liquavista is een klein bedrijf dat een nieuwe kleurendisplaytechniek heeft ontwikkeld. De displays kunnen worden geproduceerd in dezelfde fabrieken waar nu LCD-displays worden gemaakt. Toch bleek het lastig om de grote displayfabrikanten ervan te overtuigen om over te stappen op deze nieuwe techniek. Liquavista is een klein bedrijf dat niet zelf een displayfabriek kan opzetten.

Het bedrijf is daarom op zoek gegaan naar licentienemers. Door het verlenen van licenties aan onder andere Texas Instruments kwamen er producten met de displaytechniek van Liquavista. Dat maakte de technologie interessant voor de grote displayfabrikanten zoals Samsung.



### Meer weten?

NL Octrooi-centrum: ondersteunt ondernemers met zoeken in de octrooidatabases naar octrooiaanvragers op uw vakgebied en geeft informatie over octrooibescherming en licenties. [www.agentschapnl.nl/octrooi-centrum](http://www.agentschapnl.nl/octrooi-centrum)

NL EVD Internationaal: helpt ondernemers met het vinden van informatie over landen en welke bedrijven daar actief zijn op uw vakgebied. [www.agentschapnl.nl/evdinternationaal](http://www.agentschapnl.nl/evdinternationaal)

Enterprise Europe Network: een EU-netwerk om mkb-ondernemers te helpen bij internationale activiteiten op het gebied van innovatie en Europese expansie. [www.enterpriseeuropenetwork.nl](http://www.enterpriseeuropenetwork.nl)

*"Als u licenties op een octrooi wilt verlenen, dan moet u goed weten hoe exclusief uw technologie is."*



**Hans Helsloot**  
Octrooiadviseur  
[hans.helsloot@agentschapnl.nl](mailto:hans.helsloot@agentschapnl.nl)

Agentschap NL, Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie  
J.F. Kennedylaan 2  
5612 AB Eindhoven  
Tel: (088) 444 01 84  
[www.octrooi-centrum.nl](http://www.octrooi-centrum.nl)



# Avontuurlijk Bedrijfsfeest?

Welke wensen u ook heeft,  
Toverland Events organiseert  
ook voor u een magisch  
mooi bedrijfsfeest.

Inclusief openstelling  
van de 5 top attracties!

Toverland Events  
Toverlaan 2  
5975 MR Sevenum  
T. +31 (0)77 467 70 50  
F. +31 (0)77 467 70 51  
E. [info@toverlandevents.nl](mailto:info@toverlandevents.nl)  
I. [www.toverlandevents.nl](http://www.toverlandevents.nl)

**Toverland**  
Events

Voor een magisch mooi bedrijfsfeest

# DE SLIMME GOLFER

Interessante deelnemer dit jaar aan de European Professionals Development Tour (EPD Tour) is Tristan Bierenbroodspot. De 22-jarige Brabander heeft begin 2011 het amateurgolf achter zich gelaten en is een professionele carrière begonnen. Na een leerzame periode in Amerika, zowel op sportief als educatief gebied, is hij klaar voor het echte werk.

**A**lle begin is moeilijk, ervaart ook Tristan: "Ik had gehoopt op een betere start, maar soms lopen de dingen niet altijd zoals je die zelf voor ogen had. Wat ik doe is geduldig blijven en keihard doorwerken. Golf heeft zoveel verschillende aspecten, als één aspect achter blijft bij de rest behaal je niet de gewenste score." Tristan richt zich met name op de EPD tour. Via de EPD Tour kan hij een top 5 notering in de 'Order of Merit' behalen, wat een promotie naar een hoger niveau betekent; de Challenge Tour.



Speciaal voor de lezers van Brabant-Breed verloot Tristan een officieel wedstrijd shirt van zijn sponsoren. Volg hem op twitter en win het shirt, [twitter.com/TristanBBS](https://twitter.com/TristanBBS)

Het Efteling Golfpark speelt een belangrijke rol in de golfcarrière van Tristan. Naast het feit dat het Efteling Golfpark een sponsorovereenkomst heeft met de golfer, sloeg hij hier op 6-jarige leeftijd zijn eerste golfballen weg. Op 10-jarige leeftijd speelde Tristan al op internationaal (jeugd) niveau en in 2001 had hij zijn eerste kampioenschap te pakken.

Na de middelbare school heeft Tristan in Amerika zijn passie voor golf en het afmaken van een studie gecombineerd. "Ik wilde hoe dan ook een studie afmaken. Voor hetzelfde geld krijg je een ongeluk en kun je nooit meer golfen! Daarnaast wilde ik die levenservaring niet missen." Studeren en golfen zijn nergens zo te combineren als in Amerika. "Niet alleen is de sport groter in Amerika, de gehele sportcultuur is anders. Alles is groter en de faciliteiten zijn daar ook erg goed."

Zijn studie 'Business Management' komt goed van pas tijdens zijn sportieve loopbaan. Tristan is letterlijk en figuurlijk een slimme golfer. Samen met een aantal partners regelen ze alle aspecten van zijn topsport carrière, zoals sponsordeals met De Efteling, Peak Performance en Club (golf/hockey specialist). Maar ook de facilitaire zaken en de mediaplanning worden geregeld. "Het merendeel regelen we via mijn bedrijf 'TB Golf'. Misschien doe ik er dan straks een jaartje langer over, maar heb ik het wel op mijn eigen manier gedaan. En dat staat bij mij voorop."



**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>



# BRABANTS BESTE SECRETARESSE 2011

Op donderdag 21 april 2011 heeft Stichting Brabant Onderneemt voor de eerste keer de award voor Brabants Beste Secretaresse van het jaar uitgereikt. Mary van der Sangen van Smart Group Holding BV te Vught mag als winnares deze eervolle titel dragen. Via het organiseren van deze verkiezing maakt Brabant Onderneemt zich sterk voor het secretaressesvak. De secretaresse is immers de spin in het web voor veel Brabantse organisaties en verdient dan ook bijzondere aandacht.

Tot 1 april konden secretaresses die voor de begeerde titel in aanmerking kwamen door hun directeuren en managers, door derden, of door zichzelf worden opgegeven. Uiteindelijk heeft een professionele jury bestaande uit Marjo Crijns (ROC Eindhoven), Marc Kuipers (Excellent Secretary) en Jenna Driessen (Brabant Onderneemt) een selectie gemaakt van de 3 finalisten. Deze top 3 bestond uit Ingrid Vermeulen, Anky de Bruin en Mary van der Sangen.

De secretaresses werden niet enkel beoordeeld op hun vakinhoudelijke kwaliteiten, pro-activiteit en algemeen voorkomen, maar ook op hun

persoonlijk enthousiasme voor het secretaressesvak. Vanaf 2 april kon via de website [www.brabantonderneemt.nl](http://www.brabantonderneemt.nl) gestemd worden op de drie finalisten.

Tot 21 april konden de finalisten een persoonlijke mediacampagne voeren via diverse sociale media kanalen zoals LinkedIn, Twitter en Facebook. Mary kwam uiteindelijk als winnares uit de bus met in totaal 417 stemmen. Op de nationale secretaressedag werd zij door de juryleden, haar collega's en een reporter van het Brabants Dagblad op enthousiaste wijze 'overvallen' op haar werkplek. Hierbij is Mary flink in het zonnetje gezet!

# VERSLAG



MARY VAN DER SANGEN  
VAN SMART GROUP HOLDING:

"Om voorgedragen, daarna genomineerd en dan ook nog als Brabants Beste Secretaresse 2011 gekozen te worden, was een fantastische ervaring. Het was in eerste instantie wel schrikken: "Wat gebeurt mij nu!" De delegatie van Brabant Onderneemt wist mij echt te verrassen. Het voelt als een waardering met een flinke schouderklop. Een cadeau voor 20 jaar Smart. De reacties waren overweldigend; bloemen, kaartjes, mailtjes, noem maar op. Zelfs op straat was er herkenning. Er werd me zelfs een krant in de hand gedrukt: "Kijk eens jij staat er in." Een dank aan eenieder die dit mogelijk heeft gemaakt."



**JURLID MARJO CRIJS,  
ADJUNCT-DIRECTEUR SECRETARIËLE  
OPLEIDINGEN ROC EINDHOVEN**

**“E**en enthousiaste groep werkgevers is trots op zijn/haar secretaresse en wil die waardering uitspreken in een nominatie. Dat is het eerste wat mij opviel toen ik de aanmeldingen las. Dat de secretaresse het visitekaartje van de organisatie is en de spin in het web, was mij als adjunct-directeur natuurlijk bekend, maar de creatieve geest die meermaals met voorbeelden genoemd werd viel speciaal op.

Ik heb genoten van de waardering die het vak waar wij voor opleiden op deze manier krijgt. Natuurlijk moet een werknemer niet alleen op deze momenten een schouderklopje krijgen, dat is niet het doel van deze actie. Promotie van het beroep, de excellente werknemer vinden in onze provincie die een voorbeeld kan zijn voor velen is wel belangrijk.

Het beroep kampt bij jonge vrouwen, studenten nog altijd met een imago probleem. Iedere actie gericht op meer bekendheid van het beroep helpt om dit imago te verbeteren. Een goed opgeleide secretaresse heeft alle kansen op een belangrijke baan en een perfecte basis voor doorstroom naar het HBO.

Brabant Onderneemt, zelf een jonge dynamische organisatie, heeft de actie prima aangepakt. Werkgevers, voor volgend jaar een tip: Heb je een kanjer in je bedrijf en gun je hem of haar ook de eer die de winnares dit jaar heeft gekregen? Doe mee met de actie en promoot het beroep. Wij zorgen er als ROC vervolgens voor dat de jonge mensen die door deze acties enthousiast worden goed opgeleid worden.”



BRABANTS BESTE SECRETARESSE WERD  
MEDE MOGELIJK GEMAAKT DOOR:

Excellent   
secretary



NIET ALLEEN LEVERANCIER VAN MOBIELE EN VASTE TELECOMMUNICATIE

# KPN BUSINESS CENTER SON, VERBINDT ONDERNEMERS

KPN Business Center is naast het lokale, zakelijke verkoop- en servicekanaal voor Telecom, ook letterlijk een verbindende factor tussen ondernemers.

**V**erbinden zit ons in het bloed. Via onze netwerken (de kabels en ether) verbinden we mensen al meer dan 125 jaar. Vanuit het KPN Business Center in Son zijn we daar nog steeds dagelijks mee bezig en proberen we ook invulling te geven aan het bergip "face to face netwerken".

Regelmatig organiseren we in of vanuit het KPN Business Center in Son bijeenkomsten voor ondernemers met als doel ondernemers met elkaar te verbinden. KPN heeft sinds een paar jaar de kernwaarden Eenvoud, Vertrouwen en Persoonlijk gedefinieerd en vanuit deze gedachte zoeken wij de persoonlijke contacten op.

Daarnaast ondergaat KPN de komende paar jaren een enorme metamorfose. Klanttevredenheid is met stip onze prioriteit en u gaat dat direct merken en ervaren in het Business Center. Persoonlijk advies, deskundig en in heldere taal.

Netwerken, de kernwaarden en klanttevredenheid zijn de ingrediënten die ons (ver)binden en waar u als ondernemer dagelijks van gaat profiteren.

Samen met Brabant Onderneemt organiseren we elk jaar een inspirerende netwerkbijeenkomst. Ook dit jaar staat weer een bijeenkomst gepland en ik zou het bijzonder leuk vinden om u daar te ontmoeten.



**Hans Diepstraten**  
Vestigingsmanager  
hans.diepstraten@kpn.com  
[nl.linkedin.com/in/hdiepstraten](https://nl.linkedin.com/in/hdiepstraten)

KPN Business Center Son/  
Eindhoven  
Ekkersrijt 4092  
5692 DB Son  
(06) 53 44 12 00  
[www.kpn.com/zakelijk](http://www.kpn.com/zakelijk)



Maak regelmatig een goede back-up van de gegevens op uw mobiele telefoon. Wij zien dagelijks meerdere malen wat voor ellende het met zich meebrengt als u als ondernemer al uw afspraken en contactgegevens kwijt bent.



Geen tijd om langs te komen en toch willen besparen op het mobiele of vaste net? Neem dan contact op met 06-53441200 of mail [hans.diepstraten@kpn.com](mailto:hans.diepstraten@kpn.com). Er is namelijk altijd een mogelijkheid bij u langs te komen voor een persoonlijk en vrijblijvend advies.

# SHOW ME THE MONEY!

Onderzoek heeft aangetoond dat ondernemers steeds vaker te kampen hebben met laattijdige factuurbetalingen, dan wel dat zij in toenemende mate geconfronteerd worden met debiteuren die helemaal niet betalen. Indien u als ondernemer hiermee te maken krijgt levert u dit niet enkel de nodige frustratie op maar kost het u bovendien veel tijd en energie. Het spreekt wel voor zich dat u deze tijd en energie liever in uw eigen onderneming stopt. Een strak debiteurenbeleid is dan ook onontbeerlijk. In dit artikel treft u een vijftal praktische tips aan om uw debiteurenbeleid vorm te geven.

## 1. Maak heldere schriftelijke afspraken

Allereerst is van belang dat u met uw contractspartijen duidelijke afspraken maakt en dat u deze afspraken steeds schriftelijk vastlegt. Hoe vanzelfsprekend dit ook klinkt, te vaak merken wij in de praktijk nog dat afspraken enkel mondeling worden gemaakt. Dergelijke afspraken zijn achteraf vaak moeilijk aan te tonen.

## 2. Gebruik goede algemene voorwaarden

Een volgende tip is dat u ervoor zorgt dat u beschikt over een goede set algemene voorwaarden met als resultaat dat uw onderneming op ieder vlak juridisch afdoende is ingedeekt. In deze voorwaarden kunt u onder meer bepalingen opnemen met betrekking tot eigendomsvoorbehoud, betalingstermijnen, te vorderen wettelijke handelsrente en (buiten) gerechtelijke incassokosten. 'Zorg er ook telkens voor dat u uw algemene voorwaarden tijdig ter hand stelt aan uw contractspartijen, te weten voorafgaand doch uiterlijk ten tijde van het aangaan van de overeenkomst.'

## 3. Ken uw contractspartij

Weet met wie u in zee gaat alvorens u definitief tot contractuele afspraken komt. Voer dan ook tijdig een kredietwaardigheidsonderzoek uit en verifieer of de persoon met wie u de overeenkomst aangaat ook daadwerkelijk bevoegd is om deze namens uw contractspartij aan te gaan. Zo voorkomt u dat u achteraf met financiële teleurstellingen geconfronteerd wordt.

## 4. Verzend tijdig uw factuur met een overzichtelijke specificatie

Wacht niet te lang met het verzenden van uw factuur en verzoek zo mogelijk alvast om een aanbetaling op het moment van het aannemen van de opdracht. Factureer in het geval van langere opdrachten tussentijds. Dit geldt temeer ten aanzien van nieuwe contractspartijen. Geef ook steeds duidelijk en gedetailleerd aan wat door uw onderneming in rekening is gebracht, zodat hierover achteraf geen discussie kan ontstaan.

## 5. Geef uw vordering tijdig uit handen

Zorg ervoor dat uw debiteur op tijd een aanmaning ontvangt, met hierin een (laatste) termijnstelling om alsnog tot betaling over te gaan. Voorkom dat u eindeloos gaat corresponderen met



uw debiteur maar geef uw vordering in dat geval uit handen aan een incassospecialist. Het inschakelen van een incassospecialist hoeft uw onderneming niet eens geld te kosten.



**Niels Vanaken**

Directeur  
niels@akv.nl

[twitter.com/#!/VanakenNiels](https://twitter.com/#!/VanakenNiels)

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

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



**Discussie-item:** 'De inschakeling van een incassospecialist leidt in het merendeel van de gevallen tot het gewenste resultaat zonder dat het uw onderneming veel geld kost'.

Discussieer mee via de linkedin groep van Brabant Ondernemers



# THE SKY IS THE LIMIT

The sky is the limit, een gevleugelde uitdrukking die in het luchtruim met Ad Ballon werkelijkheid wordt. Los van de grond, zwevend boven de bomen, steeds verder omhoog totdat de huizen kleurrijke stipjes vormen, de tuinen valkjes worden en auto's zich voortbewegen tussen lange, witte lijnen.

**A**d Ballon is een bekend ballonvaartbedrijf in Breda met meer dan 25 ballonnen van verschillend formaat. De oprichter en eigenaar is Ad Haarhuis, die als pionier van de ballonvaart in Nederland als eerste Nederlander zijn vaarbrevet behaalde. Een jongeman was hij nog, toen 20 jaar, boordevol talent en enthousiasme voor het varen. Hij behaalde sindsdien tal van internationale prijzen en kampioenschappen. Het varen zit Ad in het bloed.

We zijn nu 40 jaar verder en inmiddels is Ad Ballon uitgegroeid tot een bedrijf met een groot aantal piloten, allemaal uitermate gemotiveerd om van uw ballonvaart een geweldige ervaring te maken.

Er zijn allerlei aanleidingen en mogelijkheden om de lucht in te gaan. Zo kan een speciale gebeurtenis een mooie aanleiding zijn, zoals een jubileum, een verjaardag, een aanzoek, een verrassing, of een afscheid. De mogelijkheden zijn heel divers. Van een familievaart waarbij 50 personen de lucht in kunnen gaan, verdeeld over meerdere ballonnen, tot een nachtvaart, wat een heel speciale beleving is. Een onvergetelijk mooie sneeuwvaart behoort ook tot de mogelijkheden, evenals een ecoflight met de Vaillant, het paradepaardje uit

de stal van Ad Ballon, die voorop loopt met energiezuinig varen. Voor bedrijven zijn er bedrijfsuitjes en volledig uitgewerkte publiciteitscampagnes met speciale reclameballonnen, inclusief lekkere broodjes, champagne, of wat u maar wil.

Boeken is heel eenvoudig. Het bestellen van tickets en het reserveren van een datum kan online via de website [www.adballon.nl](http://www.adballon.nl) en telefonisch 076-5145372. De ballonvaarten vinden het hele jaar door plaats en vanaf verschillende opstapplaatsen in Nederland. Is het op de geplande dag geen goed ballonweer, dan maken we een nieuwe afspraak met u. De tickets zijn een jaar lang geldig.

De vriendelijke crew van Ad Ballon staat voor u klaar om aan al uw persoonlijke wensen tegemoet te komen! Een ballonvaart met Ad Ballon levert u een onvergetelijke ervaring op, dus vergeet als u de lucht in gaat niet uw camera mee te nemen.



**Ad Haarhuis**

Directeur  
info@adballon.nl

Ad Ballon  
Minervum 7346  
4817 ZD Breda  
Tel: (076) 514 53 72  
[www.adballon.nl](http://www.adballon.nl)





# GAMBA MET KANEEL GEMARINEERD, GAZPACHO VAN AARDAPPEL EN CITROENVERBENA

## HOOFDGERECHT VOOR 4 PERSONEN

Kookstudio John Geven biedt u de mogelijkheid om eens gezellig en op niveau met elkaar te koken en te genieten van allerlei culinaire gerechten en heerlijke wijnen. Ideaal om uw klanten op een ongedwongen manier te leren kennen, maar ook gezellig als bedrijfsuitje. Onder begeleiding van een professionele kok bereidt u een heerlijk diner met elkaar. U zult versteld staan van uw eigen capaciteiten. Bepaal zelf vooraf hoe de avond eruit mag komen te zien. In een voorafgaand gesprek met onze kok bespreekt u wat die avond bereid gaat worden. U kunt kiezen uit diverse stijlen menu's: van traditioneel klassiek tot en met de nieuwste trend Moleculair koken.



### Ingrediënten voor de gazpacho:

3 bloemige aardappels  
1 takje koriander  
2 dl groentenbouillon  
2 dl kookvocht van de aardappel  
0,5 dl olijfolie  
0,5 dl sherryazijn

### Bereiding:

Schil de aardappels, snijd ze in gelijke stukken en kook ze in ruim gezouten water helemaal gaar. Pureer de aardappels met het kookvocht en voeg de koriander toe. Monteer de gazpacho op met de olijfolie en breng op smaak met zout, peper, de azijn en eventueel een druppeltje tabasco.

### Ingrediënten voor gamba's:

4 grote gamba's

### Ingrediënten voor de marinade:

6 eetl notenolie  
1 kaneelstokje (plat geslagen)  
1 eetl sinaasappelsap  
1 eetl limoensap

### Bereiding:

Maak de gamba's schoon door de schaal en het darmkanaal te verwijderen. Doe de notenolie en de kaneel in een pan en verwarm tot 60 graden. Laat dit 2 uur trekken. Meng de olie met de overige ingrediënten. Bak de

gamba's kort aan en bestrijk ze met een kwastje met de marinade.

### Ingrediënten voor de tuinboontjes:

4 tuinboonpeulen  
1 ltr water  
snufje zout

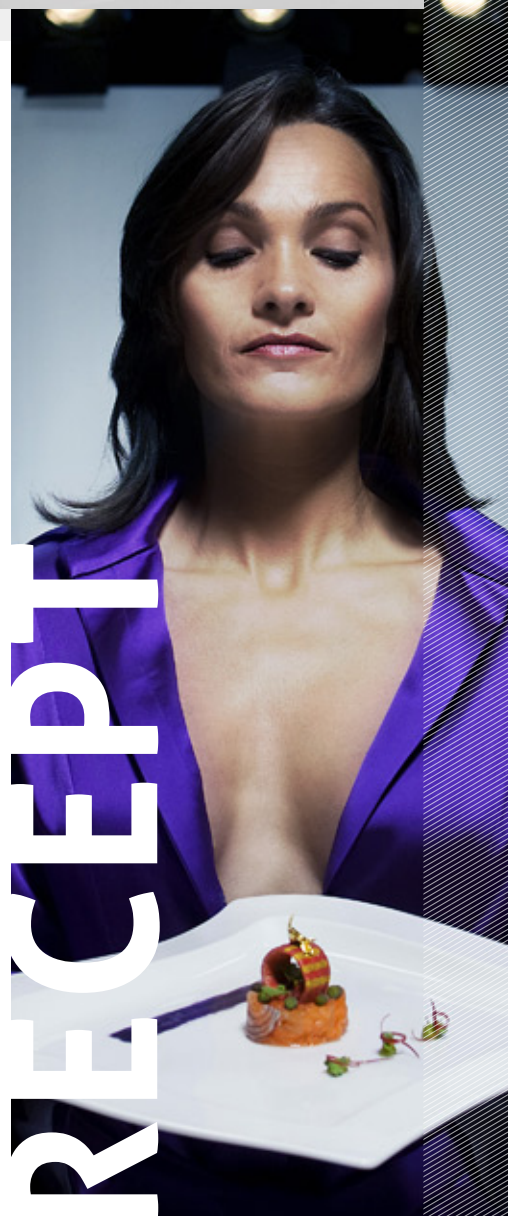
### Bereiding:

Breek de peulen open en haal de tuinbonen eruit. Zet intussen een pan met water op het vuur en breng deze aan de kook. Blancheer de tuinboontjes 1 minuut in het kokende water en spoel ze daarna direct koud. Verwijder het vliesje van de tuinboon en haal de twee helften los van elkaar.

Leg de dubbelgedopte tuinboontjes in het midden van een diep bord. Leg hierop de nog lauwwarme gamba. Snijd enkele blaadjes citroenverbena (ijzerhard, verveine) in mooie fijne julienne en strooi deze over de gamba.

### Smakelijk eten!

John Geven Studio's  
Spegelt 45-47  
5674 CE Nuenen  
Tel: (040) 283 12 31  
info@johngevenstudios.nl  
www.johngevenstudios.nl



# RECEPT



Wat blijkt, veel ondernemers willen wel naar de sky reiken, maar zullen de limit nooit bereiken. Waar zit 'm dat nou in, zult u zich afvragen? Ik geloof dat een helder product en krachtige identiteit aan de basis staan van succes. Trots en gepassioneerd personeel is dan de resultante. De verbindende factor hierbij is communicatie, visueel, tekstueel maar vooral ook in houding en gedrag. Want uiteindelijk is het de trots van de medewerkers op hun product en bedrijf en de bijdrage die zij daaraan leveren dat het onderscheid maakt tussen de sky zien en de limit bereiken. Klinkt simpel en dat is het ook.

## IS DE SKY VOOR IEDEREEN DE LIMIT?

En vraag ook eens aan de gemiddelde medewerker; "Wat is jullie droom, jullie passie?" Je zult meer gefronste wenkbrauwen krijgen dan heldere antwoorden. De essentie van succesvolle bedrijven is dat het succes de vertaling is van de trots en passie die er bij de mensen leeft.

### Communiceer vanuit je trots en passie

Ik vind Apple en Ferrari daar mooie voorbeelden van. Maar ook FC Barcelona en Manchester United. Binnen deze organisaties weet iedereen van directeur tot koffiejuif wat de trots van het bedrijf is en waar zij voor staat. Een krachtigere communicatie bestaat niet. Dichterbij

huis zijn dat Patisserie de Rouw en Hutten Exclusieve Catering. Dit zijn organisaties waar mensen graag werken, leveranciers graag aan willen leveren en waar uiteindelijk de klant graag koopt. En wat blijkt: ook in moeilijke tijden kunnen zij zich schijnbaar moeiteloos onderscheiden van hun concurrenten en opstomen naar de limit van hun 'sky'.

### Practice what you preach

Laatst was ik weer eens bij zo'n bedrijf dat zegt de klant centraal te stellen en dienstverlenend te zijn. Mijn aankomst op de parkeerplaats laat al voldoende zien: de bordjes 'directie' staan bij de entree, bezoekers zijn de volgende in lijn. Hoezo klant centraal en dienstverlenend?



**Enrico Koenen**

Directeur  
enrico@eplusecommunicatie.nl  
[www.linkedin.com/pub/enrico-koenen/1/9b5/332](https://www.linkedin.com/pub/enrico-koenen/1/9b5/332)

Epluse communicatie  
St. Jacobsstraat 7  
4855 AK Galder  
Tel: (076) 560 30 00  
[www.eplusecommunicatie.nl](http://www.eplusecommunicatie.nl)



*"Kijk naar FC Barcelona en Manchester United. Binnen deze organisaties weet iedereen van directeur tot koffiejuif wat de trots van het bedrijf is en waar zij voor staat."*



# LATEN WE GELD LIGGEN?

ZUINIGHEID MET VLIJT, BOUWT HUIZEN ALS KASTELEN

De bouwsector maakt een moeilijke tijd door. Een structurele daling in bouwvolume van de afgelopen jaren heeft de sector tot een vechtersmarkt gemaakt. Té veel aanbieders voor té weinig projecten, met als gevolg de historisch lage prijzen voor projecten. Toch wordt er nog steeds geld verdiend. Hebben we dan geen geld laten liggen in de 'Hosanna-tijd'?

De bouwsector is historisch al een sector waarin een van de grootste onderscheidende factoren de prijsstelling is. Hoewel veel bedrijven anders beweren en vertellen dat 'zij echt de beste bouwer zijn', moet dit toch met een korreltje zout genomen worden. Om dit uit te leggen een verkorte cursus aannemer. Een project wordt opgedragen aan een aannemer. Het project bestaat uit diverse onderdelen zoals vloeren, wanden, installaties, kozijnen, etc. De aannemer schakelt voor 70-80% van het werk diverse leveranciers en onderaannemers in die voor hem de afzonderlijke onderdelen realiseren. De overige 20-30% gebeurt door eigen mensen. De taak van de aannemer is het organiseren van dit proces, en ervoor te zorgen dat alle partijen op het juiste moment, met de juiste materialen, voor de juiste prijs, de juiste kwaliteit leveren.

'De betere bouwer' is de betere procesorganisator en -coördinator.

Dit geeft ook direct de kwetsbaarheid van de aannemerij weer. 70-80% van de prijs wordt dus bepaald door de prijzen van leveranciers en onderaannemers, door anderen. Alle aannemers zijn vrij om gebruik te maken van iedere leverancier of onderaannemer. In principe zou iedereen met dezelfde beste aanbieder kunnen schrijven, waardoor er hier geen onderscheid gemaakt kan worden. Het uurloon van een timmerman verschilt ook niet veel tussen partijen.

Het onderscheidende vermogen zit hem dus in de procesorganisatie en -coördinatie. Hoe lang denken wij over het project te doen? Hoe richten wij onze bouwplaats in? Kunnen wij de kwaliteit verhogen van het plan zodat wij meerwaarde kunnen leveren aan onze klant?

Als de prijzen op dit moment in de markt historisch laag zijn, en er nog steeds geld verdient wordt. Waar zit dat dan? Blijkbaar kunnen we in deze uitdagende tijd creatiever omgaan met de middelen die we hebben. Loopt iedereen iets harder. Denken we iets verder na en zoeken we meer naar kansen. Maar als dat in deze tijd kan,

dan konden we dat toch ook in de Hosanna-tijd. Als we dat toen gedaan hadden, hadden we toen niet veel meer geld kunnen verdienen?

*"Blijkbaar kunnen we in deze uitdagende tijd creatiever omgaan met de middelen die we hebben."*

De verwachting is dat de bouwsector op termijn weer zal aantrekken. De aanneemsommen zullen dan vrijwel direct meestijgen. Hetzelfde product voor meer geld. Leg dat je klant maar eens uit.

Continuïteit van een bouwbedrijf zit in zuinigheid in goede tijden. Ook dan scherp te zoeken en voor de klant de beste aanbieding maken. Misschien genoeg nemen met iets minder ten opzichte van je collega's. Klanten waarderen dat. En dat zorgt voor continuïteit en bouwt uiteindelijk huizen als kastelen.



Lees het boek 'van Yab Yum naar Dim Sum' van Marjet Rutten. Mooie visies op de toekomst van de bouwwereld.



**Bart Kivits**  
Bedrijfsleider  
bart.kivits@slokkerbouwgroep.nl  
[nl.linkedin.com/in/bartkivits](https://nl.linkedin.com/in/bartkivits)

Slokker Bouwgroep B.V.  
Lage Mosten 47  
4822 NK Breda  
Tel: (076) 548 30 00  
[www.slokker.com](http://www.slokker.com)

**Slokker**  
[www.slokkerbouwgroep.nl](http://www.slokkerbouwgroep.nl)

# DE IDEALE ONDERNEMER BESTAAT NIET!

Ad van Buel van Oxford Bedrijfssucces heeft de afgelopen 18 jaar in Brabant duizenden ondernemers getest. Elke ondernemer is anders. Als er al een eigenschap is die ze gemeenschappelijk hebben, dan is wel: een ondernemer is eigenwijs. Wil je als ondernemer meer succesvol worden, dan moet je eerst ontdekken hoe je nu succesvol bent. Deze zomer kan elke ondernemer in Brabant snel en kosteloos zijn persoonlijk succes in beeld brengen.

## Wat is persoonlijk succes?

Sommige ondernemers zijn commercieel. Weer anderen weten juist de specifieke talenten van hun medewerkers goed tot ontplooiing te brengen. De ene ondernemer zoekt eerst alle informatie uit voordat hij of zij aan iets nieuws begint en de ander springt met een creatief idee direct in het diepe. Hoewel succesvolle ondernemers soms proberen om ook andere ondernemers te overtuigen van "wat voor hen goed is", zijn er natuurlijk meer wegen die naar Rome leiden. Het is niet zo dat er slechts één weg is naar succes.

## Verstand of passie?

"Kan ik gewoon op mijn gevoel vertrouwen, of is het beter alle gegevens rationeel te analyseren?" Dat vraagt de ondernemer zich soms af. Terwijl de een geneigd is meteen zijn hart te volgen, laat de ander emoties niet meespelen en beredeneert hij alles heel verstandelijk. In feite zou de informatie in je verstand moeten ondersteunen wat je hart je ingeeft. En als dat niet zo is, dan kun je maar beter eerst met meer communicatie uitzoeken wat je niet weet. Affiniteit (je hart) en realiteit (je verstand) dienen elkaar aan te vullen en samen met communicatie leidt het geheel tot meer begrip.

## Wat is eigenlijk onzekerheid?

Als je niet zeker bent, dan is er iets dat je nog niet weet ... Twee of meer gegevens schijnen elkaar tegen te spreken. Op zijn minst lijkt het geheel een beetje verwarrend te zijn. Ook al doen we het allemaal – de juiste oplossing is niet om één gegeven of één gevoel te laten prevaleren boven het andere, dat je dan maar verwerpt.

## Hoe los je onzekerheid dan op?

Bij twijfel kun je beter het spoor volgen van de dingen die niet



duidelijk zijn, waarbij je nog meer dingen zult tegenkomen die je niet begrijpt. Zo blijf je vragen stellen totdat je de echte reden vindt die verklaart waarom de situatie is zoals die is. De echte reden herken je aan het feit dat je er nu iets aan kunt doen. Dat is zoals Sherlock Holmes het zou aanpakken en dat is hoe Inspector Columbo (je weet wel: van de televisieserie met Peter Falk) uitzoekt hoe de misdaad is gepleegd. Informatie hoeft niet waar te zijn. Maar – als je de feitelijke gegevens hebt, is de oplossing altijd simpel.

## Feitelijke gegevens

Als ondernemer moet je soms ook als een soort detective nagaan waarom zaken wel of niet gaan zoals ze behoren te gaan. Je moet kunnen uitzoeken welke informatie feitelijk is en wat er niet klopt in hoe mensen



### Discussie-item:

Op welke wijze ben je nu zelf succesvol? En op welk gebied zou je graag succesvoller willen zijn?

Discussieer mee via de linkedin groep van Brabant Ondernemt



denken. Daarom hebben we meetpunten, cijfers, resultaten en statistieken. Alleen op grond van werkelijk voortgebrachte resultaten kun je correct beoordelen hoe goed elke medewerker zijn werk doet. En in de mate dat die gegevens ontbreken, ben je niet goed in staat je mensen aan te sturen.

### Tien succesfactoren

Het blijkt dat ondernemers en leidinggevendenden tien capaciteiten ter beschikking hebben om succesvol te zijn. In feite gebruikt iedere bekwame persoon in zijn leven deze zelfde tien gereedschappen. Met behulp van een persoonlijke vragenlijst op het Internet is het mogelijk om in een grafiek exact weer te geven hoe een ondernemer zijn tien succesfactoren gebruikt. Dit wordt een Ondernemersprofiel genoemd. Wanneer je als



Om je eigen Ondernemersprofiel te maken:

- Ga naar: [www.oxfordtraining.nl](http://www.oxfordtraining.nl)
- Klik op: Mijn Ondernemersprofiel
- Klik op: Online profiel
- Password: as44kl

Oxford zal je uitnodigen je persoonlijke grafiek te komen bespreken.

ondernemer ziet hoe je nu succesvol bent – en het is duidelijk welk doel je nastreeft – dan is het niet meer moeilijk om exact aan te geven hoe je dat doel het gemakkelijkst bereikt.

### Maak nu je Ondernemersprofiel

In de vakantieperiode van dit jaar (juni, juli en augustus) worden Brabantse ondernemers speciaal uitgenodigd om bij Oxford

Bedrijfssucces hun eigen Ondernemersprofiel te maken. De ideale ondernemer bestaat niet. Maar elke ondernemer kan wel exact uitzoeken hoe hij of zij persoonlijk succesvol is. En met je persoonlijke succesformule in de hand is het veel gemakkelijker om je eigen weg naar succes verder uit te stippelen.



Ben je zelf niet ondernemer en wil je toch weten hoe je meer succesvol kunt zijn, ga dan naar: [www.CheckUwSucces.nl](http://www.CheckUwSucces.nl)

- Druk op START
- Beantwoord de vragen
- Vul je gegevens in en klik op verstuur

Oxford zal je dan uitnodigen om kosteloos het resultaat te bespreken.

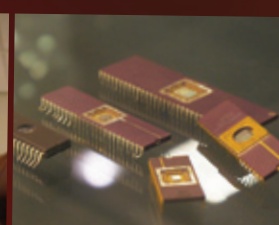


**Ad van Buel**  
Algemeen Directeur  
[ad@oxfordtraining.nl](mailto:ad@oxfordtraining.nl)  
[nl.linkedin.com/in/advanbuel](https://nl.linkedin.com/in/advanbuel)

Oxford Bedrijfssucces  
Croy 9a  
5653 LC Eindhoven  
(040) 280 28 28  
[www.oxfordtraining.nl](http://www.oxfordtraining.nl)



**Oxford Bedrijfssucces**



HIGH-TECH



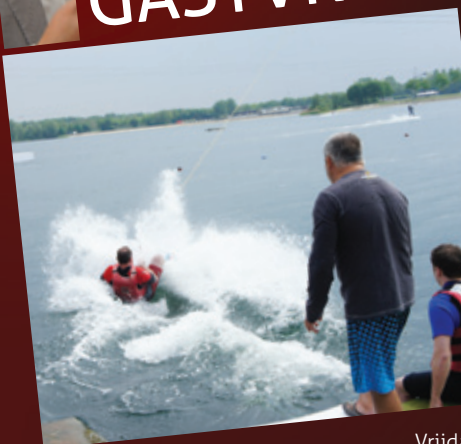
Onder de noemer 'High-Tech' kregen we op 21 maart een presentatie over de bedrijfsactiviteiten van AMSL.

Jos Vreeker van ASML gaf een inspirerende presentatie over de geschiedenis en de enorme groei van ASML.

TERUGBLIK



GASTVRIJHEID OP HET WATER



Vrijdag 20 mei zijn we te gast geweest bij Cable Waterski & Wakeboard Center in Best. Hier hebben we waterpret gecombineerd met een inspirerende

workshop van Marc Glaser over gastvrijheid toegespitst op het bedrijfsleven. Daarna was het tijd voor actie en gingen we waterskiën en/of wakeboarden.

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 JULI: ROUTE DE BRABANT

Tijd: Nog niet bekend

Locatie: Startpunt Beuken Haeghe

Uitleg: Tijdens Route de Brabant gaan we het mooie Brabant verkennen, in de auto!

## 7 SEPTEMBER: MEET & GREEN

Tijd: Nog niet bekend

Locatie: BurgGolf Gendersteyn Veldhoven

Uitleg: Voor €32,50 kunt een 9 holes wedstrijd lopen en krijgt u een dagschotel. Let wel, een GVB is verplicht.

## 18 SEPTEMBER: LADIES ONLY

Tijd: Nog niet bekend

Locatie: Autobedrijf Bos & Slegers

Uitleg: Na een succesvolle 1e Ladies Only in Februari, is het tijd om de ondernemsters weer bij elkaar te brengen!

## 21 SEPTEMBER: HANDEL EN WANDEL

Tijd: 16.30 – 20.30 uur

Locatie: Theater de Schalm

Uitleg: Bij Handel & Wandel kunt u uw producten en diensten beschikbaar stellen aan andere ondernemers en zij ook weer aan u!

### 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

Q-doc | office solutions

Q-doc Office Solutions

Flight Forum 3504  
5657 DW Eindhoven  
Tel: (040) 235 03 99  
info@q-doc.nl  
www.q-doc.nl

Mohamed Akabbouz



MAAKT ONLINE SUCCESVOL



Sven Wildenberg

Laméco Development BV

Steijgerweg 6  
5616 HS Eindhoven  
Tel: (040) 293 00 35  
info@lameco.nl  
www.lameco.nl

Adviescentrum

EverCare  
Eindhoven



Karel Evers

Adviescentrum EverCare Eindhoven

Fransbaan 590 a-c  
5627 JM Eindhoven  
Tel: (040) 292 64 66  
cevers@evercare.nl  
www.evercare.nl

ArtNatureDesign.nl



René Malcorps

Art Nature Design BV

Glaslaan 2 (SWA GEBOUW, STRIJP-S)  
5600 MD Eindhoven  
Tel: (06) 41 48 22 22  
info@artnat  
www.artnatu

NL  
VASTGOED



Lex van Wel

NL Vastgoed

Postbus 1436  
5602 BK Eindhoven  
Tel: (06) 54 91 05 65  
kontakt@nl-vastgoed.info

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.

# Regio Business Dagen



matching

Dé netwerkbeurs van Zuidoost-Brabant

**13 & 14**  
**september**  
Beursgebouw  
**Eindhoven**

## Een greep uit de activiteiten

- Open Coffee gaat naar de Beurs
- Kantoor van de toekomst (MVO plein)
- Auto & Zaak
- Carrière & Vrouw
- Matching systeem  
(registreer u nu gratis voor de juiste match)

Regio Business Dagen Zuidoost-Brabant / Eindhoven - het netwerk evenement voor de regio - geeft Ondernemingen, Overheden en Onderwijsinstanties de unieke kans om nieuwe contacten te ontmoeten, relaties uit te nodigen, naamsbekendheid van het bedrijf te vergroten en producten en of diensten te presenteren.

exhibitions  
concepts &  
events

OGZ

Gratis entreetickets via: [www.regiobusinessdagen.nl](http://www.regiobusinessdagen.nl)



# "THE SKY IS THE LIMIT"

**W**at een heerlijke energie zit er toch in die zin, alles mag, alles kan, grenzeloos ervoor gaan. Wat had ik als kind deze zin graag wat meer gehoord. "Mam, hoeveel snoepjes mag ik?", "Ach jongen... the sky is the limit." De economie geeft tekenen van herstel, alleen de 'Gung Ho' attitude van de mens blijft achter. We lijken allemaal nog wat versuft van de klap die de crisis ons heeft uitgedeeld. De angst voor herhaling houdt ons nog steeds ferm in haar greep. FEAR echter, is een acroniem voor False Evidence Appearing Real. Het voelt weliswaar eng, maar moeten we ons echt nog steeds zoveel zorgen maken? Net zoals de mens te lang wacht om signalen van verval serieus te nemen, blijven we daarna ook te lang dwalen op de puinhoop van de ramp. Het wordt weer tijd voor de no-limit attitude.

---

*"Alles wat jij denkt dat je nooit zult bereiken maakt dat je niet de acties onderneemt die er op termijn voor kunnen zorgen dat het je wel lukt!"*

---

There are 3 types of people: people who make things happen, people who see things happen and people who wonder what the fuck happened!

Niemand is gebaat bij aarzeling en inertie. Kin omhoog, schouders eronder en met volle tred voorwaarts. Een van de grootste remblokken voor jouw persoonlijke en zakelijke ontwikkeling is realiteitszin. Concentreer je goed op de volgende zin: Alles wat jij denkt dat je nooit zult bereiken maakt dat je niet de acties onderneemt die er op termijn voor kunnen zorgen dat het je wel lukt! Goalguru Zig Ziglar heeft me ooit geleerd: "Ik kan alles bereiken wat ik wil, zolang ik maar genoeg anderen help bereiken wat zij willen." Ondernemen is Boven-geven. Als jij een oplossing hebt voor andermans problemen heb jij altijd werk. Investeer weer vol in waar het allemaal om gaat, waarde toevoegen. Verbeter je product of dienst, geef je mensen weer training en opleiding, pimp je websites, creëer een social-media strategie, maak jezelf weer zichtbaar. "Ja maar, dat kost geld en de banken 'geven' ons niets. Die hufters hebben deze hele shit veroorzaakt en zorgen nu dat we niet vooruit kunnen!" Deze venijnige response kreeg ik vorige week op congres waar ik sprak. Ik heb deze meneer toen gezegd dat hij deze woede maar beter kan omzetten in noeste arbeid. Als we wachten totdat de banken ons meer ruimte geven, blijven we zelf een onderdeel van de problemen. Zoals succes psycholoog Susan Jeffers altijd zei: Feel the fear and do it anyway! Kom op jongens (m/v), hoeveel snoepjes willen jullie?

Remco Claassen

COLUMN





ONBEMANDE VLIEGTUIGEN EN HELIKOPTERS

# VAN SPEELGOED TOT GEREEDSCHAP

Vliegen; wie wilde dat vroeger niet als kind? Pilot worden was zo'n beroep waar iedere kleine jongen vroeger wel van droomde. In die tijd waren afstandbestuurbare helikopters en vliegtuigjes nog geen algemeen goed. Men moest het toen over het algemeen nog doen met bestuurbare auto's. Nu, jaren later, heeft Robert de Nes van zijn jongensdroom zijn beroep gemaakt en houdt hij zich dagelijks bezig met robotvliegtuigen en helikopters.

**O**nbemande Luchtopnames: Van 360° Panorama tot Infrarood-inspectie Secure In Air BV biedt complete, op maat gesneden diensten met operationele robotvliegtuigen en robothelikopters (ook wel bekend onder de naam uav, unmanned aerial vehicle). Het bedrijf is voor de meest uiteenlopende opdrachten in te schakelen, van één enkele luchtfoto, tot complete HD films en fotoseries.

## Mogelijkheden

De onbemande autonome vliegtuigen en helikopters dienen al lang niet meer alleen als hobby, maar worden tegenwoordig ook regelmatig professioneel ingezet. Een overzicht vanuit de lucht biedt immers vaak

waardevolle informatie en kan inzicht geven in complexe situaties.

De 'payload', oftewel lading kan bestaan uit fotografie-, film- of meetinstrumenten (infrarood of warmtecamera's) met live beeld én data op de grond. Het eventueel meenemen van andere meetapparatuur is mogelijk.

## Voordelen

Een belangrijk verschil met conventionele vliegtuigen is dat met de robotvliegtuigen en helikopters lager gevlogen mag worden. Dit biedt veel voordelen. Zo is de beeldkwaliteit van film- en fotomateriaal aanzienlijk beter. Je hebt de mogelijkheid tot real time en versleuteld beeld. Daarnaast

zijn deze systemen flexibel, snel en onopvallend inzetbaar en bovendien is het financieel gezien een stuk aantrekkelijker.

## Team

Het team van Secure in Air BV bestaat uit een ervaren groep mensen met grote affiniteit in luchtvaart. De kennis en ervaring die Secure In Air BV heeft in de reguliere luchtvaart, wordt toegepast in een nieuw technologisch domein; de robotvliegtuigen en helikopters. Hierdoor kunnen ze doelgericht te werk gaan in het ontwikkelen en inzetten van deze hightech instrumenten, waarbij veiligheid voorop staat.

## Productieproces

Binnen het bedrijf wordt veel geïnvesteerd om de ontwikkeling en productie zoveel mogelijk binnenshuis te houden. De systemen ontwerpen, frezen en assembleren ze zelf, toegespitst op het dragen van moderne, hoogwaardige, digitale beeldsensoren. De 3-assige gestabiliseerde camerasystemen bestaan uit koolstof van een uitstekende kwaliteit. Aanpassingen zijn snel en efficiënt door te voeren, zodat er verschillende soorten camera's meegenomen kunnen worden.



**Robert de Nes**

Directeur  
 robert@secureinair.nl  
[www.linkedin.com/in/robertdenes](http://www.linkedin.com/in/robertdenes)

Secure in air BV  
 Steenovenweg 5  
 5708 HN Helmond  
 (049) 247 24 63  
[www.secureinair.nl](http://www.secureinair.nl)



# FOTOBEOEKEN

## OOK EEN MARKETINGTOOL?

Uw digitale foto's presenteren in een gedrukt album naar uw smaak, leuk om nog eens na te genieten van uw vakantie. Maar ook een manier om uw bedrijf of producten eigentijds te presenteren, uw bedrijfsfeesten vast te leggen of misschien wel als relatiegeschenk. Mogelijkheden te over.

**M**et de opkomst van de digitale fotografie ontstonden ook steeds meer mogelijkheden om iets met die digitale foto's te doen. Wenskaarten, uitnodigingen, agenda's, kalenders en een veelvoud aan albums kunnen met meer of minder gebruiksvriendelijke programma's via internet gemaakt worden. Na het 'vullen' van zo'n product volgt nog een bestelprocedure en enkele dagen later kunt u uw zelfgemaakte product ophalen, of krijgt u het thuis gestuurd.



Gebruik veel beeld en weinig tekst. Beelden worden sneller opgenomen dan teksten en blijven over het algemeen ook langer hangen.

Velen hebben als particulier al eens kennis gemaakt met dit product en hebben ook één of meerdere van deze producten thuis liggen. Wat minder bekend is, is dat dit soort producten ook een prima communicatiemiddel binnen uw totale marketingmix kunnen zijn. Zo kunt u uw bedrijf of product op een gemakkelijke manier presenteren, zonder hier torenhoge rekeningen voor neer te moeten

leggen. Denk aan een architect die zijn bouwwerken kan presenteren in een luxe fotoalbum, een tuiniersbedrijf die zo een diversiteit aan tuinideeën kan presenteren, of een hotel/restaurant dat zijn culinaire hoogstandjes samen kan vatten in een dergelijk album. Maar ook andere fotoproducten kunnen uw bedrijf meerwaarde geven. Een kalender of agenda waarin u uw eigen foto's en onderschriften verwerkt, kan bijvoorbeeld zeer goed dienen als relatiegeschenk. Door gebruik te maken van deze hulpmiddelen hoeft u niet meteen te denken in oplagen van duizenden exemplaren om iets betaalbaar te houden. Eén of enkele boeken in uw showroom of wachtruimte, één of enkele boeken die u kunt meenemen of afgeven bij bedrijfsbezoeken volstaan vaak prima. In enkele beelden is de kracht van uw bedrijf immers beter samen te vatten dan in ellenlange verhalen.

De meerwaarde van dit soort producten wordt al snel duidelijk als u een bezoek brengt aan andere bedrijven, hotelketens, de dokter; kortom op alle plaatsen waar u komt en nog even moet wachten voordat u uw opwachting kunt maken. Vaak is er een aparte ruimte, dan wel een zitje beschikbaar waar u plaats kunt



Verras uw klant met een album bij de oplevering van uw project, waarin hij/zij de ontwikkeling van zijn project van stap tot stap kan volgen.

nemen. Dit is hét moment om een goede (eerste) indruk achter te laten. In plaats van een folder of een mooi bloemstuk op tafel, zou hier ook een slim in elkaar gezet fotoalbum neergelegd kunnen worden. Zo'n boek vangt natuurlijk de aandacht en zal met enige regelmaat ingekeken worden. Omdat we het hebben over foto's en weinig teksten, kan in een heel kort tijdsbestek een beeld overgebracht worden, wat in veel gevallen ook nog even zal blijven hangen. Op deze manier wordt de wachttijd van uw relatie effectief gebruikt en kunt u een ideale presentatie geven van uw bedrijf.

*"Door gebruik te maken van deze hulpmiddelen hoeft u niet meteen te denken in oplagen van duizenden exemplaren om iets betaalbaar te houden."*



**Riny Verdonk**

Directeur  
r.verdonk@tekstbeeld.nl  
<http://nl.linkedin.com/pub/riny-verdonk/10/790/ba2>

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



INNOVATIE DOOR SAMENWERKING

## REGINA COELI

## VERLEGT GRENZEN

Taleninstituut Regina Coeli gaat uitbreiden. Op 17 juni 2011 heeft directeur Marten Krikken (50) het lint doorgeknipt bij een nieuwe vleugel waarmee de capaciteit flink moet groeien. Bekwamen nu jaarlijks ruim 3800 cursisten zich in het Brabantse Vught 'bij de nonnen' in het Engels, Frans, Duits, Spaans, Italiaans en Nederlands, als het aan Krikken ligt zijn dat er op termijn 6200.

De uitbreiding in bakstenen en vierkante meters is een volgende mijlpaal in de strategische verbreding. Regina Coeli, waar overigens sinds eind jaren tachtig geen non meer les geeft, staat bekend als een school waar bedrijven en overheidsinstellingen hun managers heen sturen voor een meerweekse intensieve taaltraining à raison de € 3000 per week. De meeste cursisten (80%) zijn Nederlands. Krikken wil de dienstverlening aanvullen met cursussen gericht op cultuurverschillen. Daarvoor is het Koninklijk Instituut voor de Tropen in Amsterdam in de arm genomen. De twee instellingen zullen vanaf oktober gezamenlijke masterclasses en workshops aanbieden.

Als kers op de taart zal naar verwachting begin 2014 een verblijfsaccommodatie in de onmiddellijke nabijheid van het instituut worden gerealiseerd. Deze aanpak is een antwoord op een behoefte van vooral buitenlandse cursisten, zegt Krikken. "Die verlangen het complete pakket. Ze willen zich even kunnen afzonderen op hun kamer tussen de lessen door. Een cursist uit Europa wil geen getouwtrek." Krikken heeft zich laten inspireren door het campusmodel van Insead, de businessschool bij Fontainebleau.



De verbreding is volgens Krikken niet geboren uit financiële noodzaak. De afgelopen twee jaar liep het aantal cursisten weliswaar terug vanwege de wereldwijde economische crisis, maar zodra bedrijven hun budgetten voor cursussen weer verhogen, verwacht Krikken dat de aantallen weer groeien. Ook is er volgens hem niets mis met de huidige formule: intensief onderwijs uitsluitend gegeven door native speakers.

Wel zegt Krikken mee te gaan in veranderende behoeften bij cursisten. "Contacten worden steeds mondialer en de cursist van morgen redt het niet alleen met kennis van een taal. De manager van nu wil in de huid van zijn

buitenlandse gesprekspartner kruipen om de boodschap goed over te brengen." Om die reden is interculturele kennis steeds belangrijker voor het persoonlijk succes van de manager in het buitenland. Regina Coeli blijft uiteindelijk een taleninstituut, maar zal door innovatie aan de randen van haar kernproducten de cursist beter bewapenen voor zijn persoonlijke missie.



**Marten Krikken**  
Algemeen directeur  
m.krikken@reginacoeli.nl

Language Institute Regina Coeli B.V.  
Martinistraat 12  
52662 BR Vught  
(06) 53 29 64 15  
www.reginacoeli.nl

# INTERNATIONAAL ZAKENDOEN

Veel Nederlandse ondernemingen doen zaken in het buitenland. Meestal gaat dat goed. Er kunnen echter ook problemen ontstaan, met als gevolg dat een gang naar de rechter nodig is. Niet zelden blijkt dan dat er voor die situatie geen voorziening is getroffen. Wanneer dat laatste het geval is, moet men terugvallen op internationale regelingen.

In een situatie dat men het geschil moet voorleggen aan de rechter, dient de vraag beantwoord te worden welke rechter bevoegd is om over het geschil te oordelen.

Ten aanzien van de vraag welke rechter bevoegd is, geldt binnen de Europese Unie de EG- Executieverordening. Hoofdreutel is dat een gedaagde moet worden opgeroepen voor de rechter van zijn woon- of vestigingsplaats. In bepaalde gevallen kan een gedaagde ook voor een rechter van een andere lidstaat worden opgeroepen. Bij een overeenkomst is dat de rechter van de plaats waar de verbintenis die aan de eis ten grondslag ligt, is uitgevoerd. Bij de koop van roerende goederen is dat de plaats waar de goederen geleverd werden, of geleverd hadden moeten worden.

Indien een fabrikant bijvoorbeeld in Frankrijk gevestigd is en de goederen worden in Frankrijk aan een transporteur afgegeven, dan geldt Frankrijk als de plaats waar de goederen geleverd werden. Wanneer een Nederlandse ondernemer een geschil heeft met een Franse fabrikant, moet hij het

geschil bij een Franse rechter aanhangig maken.

Wanneer een Nederlandse onderneming zaken doet met een land buiten de Europese Unie wordt het lastiger. De Nederlandse rechter zal dan aan de hand van zijn eigen nationale regels nagaan welke rechter bevoegd is. Indien hij bevoegd blijkt te zijn, zal hij het geschil beslechten.

Het is echter ook mogelijk dat een rechter van een land buiten de Europese Unie bevoegd blijkt te zijn. Dit kan tot gevolg hebben dat een Nederlandse onderneming bijvoorbeeld in China moet procederen. Vaak verdient dit niet de voorkeur. In de praktijk blijkt dit namelijk allerlei complicaties te geven.

Om die reden is het beter vooraf te regelen welke rechter bevoegd is bij een mogelijk geschil. Daarbij is het ook belangrijk te kijken of een gunstig vonnis in het buitenland ten uitvoer gelegd kan worden. Indien dit niet mogelijk is, kan een arbitragebeding soms uitkomst bieden. Het is belangrijk hier voor het sluiten van het contract reeds naar te kijken.



**mr. Bert Kabel**

Advocaat  
b.kabel@holla.nl

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

[nl.linkedin.com/pub/bert-kabel/b/a31/839](https://nl.linkedin.com/pub/bert-kabel/b/a31/839)

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

**holla**  
advocaten



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



## EEN VEELBELOVENDE SAMENWERKING

**D**e bedrijven Personata Werving en Selectie en Numac, beiden aangesloten bij Brabant Onderneemt, hebben elkaar sinds kort gevonden in een veelbelovende samenwerking. Per 1 maart 2011 voert Personata immers alle recruitmentactiviteiten uit voor Numac. Deze activiteiten zullen zich met name gaan richten op het invullen van vacatures van Onderhoudstechnici, Maintenance Engineers en Service Engineers in heel Nederland. Personata Werving en Selectie is sinds de start in 2002 uitgegroeid naar een bedrijf met 36 medewerkers, die actief zijn in tien specialismen. De samenwerking past in de visie van Numac om meer tijd en energie te steken in hun eigen kerntaken.

## GOED ONDERNEMERSCHAP BEGINT BIJ DE JUISTE LOCATIE...

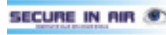
**D**at een actieve deelname aan Brabant Onderneemt niet enkel leidt tot meer samenwerking maar ook andere positieve ontwikkelingen met zich meebrengt bewijst wel de verhuizing van het interieurontwerpbureau B-Too naar een bedrijfsruimte op het Eindhovens Strijp-S terrein en de intrek van Feros Accountants en Belastingadviseurs in het voormalig kantoorpand van B-Too. Voorheen gevestigd aan de Bleekstraat in het stadscentrum, vond B-Too het tijd om haar vleugels verder uit te slaan. De verhuizing naar Strijp-S was dan ook een logisch gevolg. Het bedrijf Feros, dat gedurende de afgelopen jaren stevig is gegroeid, heeft in het statige kantoorpand van B-Too dan weer de passende uitstraling gevonden.



**FEROS**



**B-TOO**



**Uitgave van:**

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

**Hoofdreductie**

Brabant Onderneemt

**Redactiemedewerkers**

Geert van den Eijnden, Niels Vanaken, Frank Cuijpers, Thijs Dorssers, Jenna Driessen, Claire van den Brekel, Peter Henst, Jeroen Veldkamp, Rob Hoeks, Marco Tramonte, Jan Vermeulen, Hans Helsoot, Bert Kabel, Daan Bemelmans, Hans Diepstraten, Ad Haarhuis, John Geven, Enrico Koenen, Bart Kivits, Ad van Buel, Remco Claassen, Rini Verdonk, Marten Krikken, Robert de Nes.

**Advertenties**

Cuvado Media & Events B.V.  
Contact@cuvado.nl  
Tel. 040-2661525

**Cover fotografie**

Frans van Lieshout Fotografie

**Fotografie**

Frans van Lieshout Fotografie  
Tom van Zeeland  
Gijs de Bonth  
Maj-Britta de Ruiten (pag. 24)

**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 Cuvado Media & Events B.V.  
Contact@cuvado.nl  
Tel. 040-2661525

**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 vervoelvoudigd zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever en andere auteursrechthebbenden.

**ISSN**

Print: 1897-7067  
Online: 1879-7075



3.000 ENTHOUSIASTE BEZOEKERS

2 UUR SPETTERENDE OPTREDENS

**1 KANS**

**LAAT NIETS AAN HET TOEVAL OVER.**

Een spetterende indruk maken tijdens een meerdaagse beurs of tentoonstelling? Bedrijfsfeest of muziekconcert organiseren waarbij het dak eraf gaat? Hoe u zich ook wilt presenteren: u krijgt maar één kans voor een onuitwisbare indruk. Laat Bazelmans AVR ook uw presentatie tot in de puntjes verzorgen. U concentreert zich op uw verhaal, producten of relaties. Wij zorgen als totaalleverancier voor professioneel licht, beeld, geluid en ... vooral spektakel.

**VERKOOP EN VERHUUR | BEELD EN GELUID | LICHT EN SPEKTAKEL**



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