

# BrabantBreed



## BERT PAULI

BRABANTSE GEDEPUTEERDE BERT PAULI:

# EEN ONDERNEMER IN



In een bijna niet te stuiten stortvloed van woorden legt de Brabantse gedeputeerde Bert Pauli zijn hele ziel en zaligheid bloot. Gepassioneerd vertelt hij zijn verhaal over zijn ervaringen in het bedrijfsleven, zijn boeiende tijd in de Bossche politiek en wat de komende jaren zijn drive is om de Brabantse economie impulsen te blijven geven. Bert Pauli: "Ik ga niet op de stoel zitten van de ondernemer. Ik wil wel graag verbindingen tot stand brengen. Om het ondernemerschap zodanig te bevorderen dat we kennis en kunde kunnen laten uitmonden in kassa."

Bert Pauli (59) maakt sinds dit jaar deel uit van het college van Gedeputeerde Staten van de provincie Noord-Brabant. Hij beheert de zeer uitgebreide portefeuille van economische zaken en bestuur. Deze rol lijkt de voormalige zakenman op het lijf geschreven. Te meer ook omdat hij in de periode 1982-1990 namens de VVD als raadslid en fractievoorzitter deel uitmaakte van de gemeenteraad van zijn woonplaats Den Bosch en vanaf 2007 als wethouder van diezelfde plaats verantwoordelijk was voor onder meer economische zaken, financiën én economische promotie en toerisme. Hij is er bijzonder trots op dat hij voor de gemeente Den Bosch een helder economisch/strategisch plan heeft neergelegd. In zijn nieuwe functie als gedeputeerde ziet hij enorme uitdagingen: "Ik draag een schat aan ervaring mee met een breed netwerk. Ik voel me dan ook een ondernemer in de politiek."

## Netwerken

De gang naar het provinciehuis trok Bert Pauli wel. Vooral omdat hij graag zijn tanden zet in

moeilijke onderwerpen. "Iets ondernemen is voor mij steeds opnieuw een uitdaging", geeft Bert Pauli aan. Een bijzonder aspect van de functie van gedeputeerde zat voor hem onder meer in de kracht van Noord-Brabant: "Onze provincie heeft zich goed gewapend tegen de crisis. De Brabanders zijn meesters in netwerken. We kunnen geweldig organiseren. En we hechten aan de kwaliteit van leven."

## Portefeuille

Ondanks dat Bert Pauli nog maar vanaf april dit jaar in functie is, lijkt hem het werk van gedeputeerde goed af te gaan. "Vooral omdat mijn portefeuille zo breed is. Ik krijg te maken met tal van provinciale aspecten", glimlacht Bert Pauli. Innovatie spreekt hem sterk aan. Daarnaast houdt hij zich onder meer bezig met internationalisering, recreatie en toerisme én BrabantStad. Even ver vooruit kijkend: "Eén van de belangrijkste uitdagingen voor deze bestuursperiode is om de sterke sectoren slim met elkaar te verbinden." Hij wijst daarbij onder meer op zorg en technologie én voeding en gezondheid.



# DE POLITIEK

## Onderwijs

Of Brabant in de komende jaren al dan niet economisch succesvol is en blijft, wordt volgens Bert Pauli mede bepaald door de mate van samenwerking. "De ondernemers, het onderwijs en de overheid zullen er gezamenlijk de schouders onder moeten zetten. Op alle niveaus is het leren, leren en nog eens leren. Individueel. Maar vooral ook mét en ván elkaar." Bert Pauli steekt de loftrompet over het onderwijs in de provincie met sterke universiteiten en het uiterste brede aanbod binnen het hoger en middelbaar beroepsonderwijs. Hij heeft dan ook hoge verwachtingen van jonge ondernemers. "En vergeet vooral het Midden- en Klein Bedrijf (MKB) niet. Dat is de kurk waar de Brabantse economie op drijft!"

## BrabantStad

De samenwerking die Bert Pauli voor ogen heeft, is vooral ook van eminent belang voor de vijf steden die zich verenigd hebben in 'BrabantStad' (Breda, Eindhoven, Helmond, 's-Hertogenbosch en Tilburg). Bert Pauli beschouwt dit project als een 'verbindend, virtueel netwerk om te komen tot successen'. Een gezamenlijke aanpak voor een goede lobby richting Den Haag, maar vooral ook richting Brussel. "De steden bouwen ieder aan de eigen regio. En samen aan dit grote gebied. Een kroon op het werk moet worden de titel 'BrabantStad Culturele Hoofdstad 2018'."

Tekst: Geert van den Eijnden

Fotografie: Frans van Lieshout

---

*"De ondernemers, het onderwijs en de overheid zullen er gezamenlijk de schouders onder moeten zetten. Op alle niveaus is het leren, leren en nog eens leren."*

---





## THEMA: SCHOUDER AAN SCHOUDER EENDRACHT MAAKT MACHT...

**K**ranten staan er weer vol van, radio en televisie verkondigen niet anders; de Nederlandse economie en politiek maken zich volop op voor 'de nieuwe crisis'.

Hoe is het mogelijk, kwam als eerste in mij op bij het horen van de nieuwe waaier aan negatieve berichtgeving de afgelopen maanden. Het lijkt erop alsof we met z'n allen geen enkele lering hebben getrokken uit de nog nasmeulende crisisperiode. Het heeft er immers alle schijn van dat wij elkaar opnieuw het hoofd gek aan het maken zijn en dat wij elkaar wederom angst willen inboezemen. Geen wonder dat noch de ondernemer, noch de consument zich geroepen voelt om investeringen te doen en de volledige zakelijke markt afwachend de vinger op de knip houdt. Bij het horen van de vele ontmoedigende geluiden zou ik persoonlijk ook tweemaal nadenken alvorens mij te storten in nieuwe zakelijke avonturen. Nieuwe initiatieven die de zakelijke markt juist zouden kunnen aanwakken gaan door deze collectieve negatieve opstelling helemaal verloren. En dat is jammer.

'Waarom doen wij dat eigenlijk?', is de vraag die ik mij dan stel. Waarom hebben wij mensen eerder de neiging om vanuit angst dan vanuit kansen te denken? Zou het niet veel interessanter – en opbeurender – zijn indien wij met z'n allen de schouders eronder zouden zetten? 'Eendracht maakt macht' is een eeuwenoud gegeven, maar is nog steeds even waar(devol).

Vanuit de werking van Stichting Brabant Onderneemt doen we er alles aan om de krachtenbundeling tussen ondernemers te stimuleren, hetgeen zich in de praktijk uit door de diverse nieuwe samenwerkingen die dagelijks vanuit het zakelijk netwerk ontstaan. Ik weiger dan ook te geloven dat Brabant zich net als de rest van Nederland laat leiden door 'nieuwe crisis' signalen, hoewel niet valt te ontkennen dat het huidige financieel klimaat ook in onze regio zijn tol heeft geëist. De Brabantse samenhang zal uiteindelijk de boventoon voeren, crisis of geen crisis.

Vandaar dat wij deze editie van Brabant Breed in het teken hebben gesteld van het thema 'schouder aan schouder'. Samen bieden wij het huidige klimaat het hoofd, samen maken wij de dienst uit!

Vanuit het bestuur wensen wij u veel leesgenot!

Met ondernemende groet,



Niels Vanaken  
Bestuurslid Stichting Brabant  
Onderneemt



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

# VOORWOORD





9

## DE ZAPCULTUUR VOORBIJ... TRAAG IS HIP!

Heftige beats, veel beeldwisselingen, pips (picture in pictures), titels, animaties, speed-ups, de nieuwste special effects, niets wordt tegenwoordig in tv- en videoproducties ongemoeid gelaten om de aandacht van de kijker elke fractie van een seconde te trekken...



27

## ZICHTBAARHEID BROODNODIG VOOR MARKTWAARDE

Ondernemers zijn er genoeg in het land. Toch springen bepaalde ondernemers eruit. Ze tonen lef en op één of andere manier lijkt iedereen ze bij naam te kennen. Ze worden regelmatig gevraagd voor interviews en hun expertisestatus staat als een huis. Maar hoe zijn ze daar gekomen?



36

## MEER DAN ALLEEN CREDITMANAGEMENT!

De incasso- en gerechtsdeurwaarderbranche is bijzonder. Dit omdat politieke ontwikkelingen veelvuldig invloed hebben op wat er kan en mag. Bovendien is de branche bijzonder omdat veel spelers worstelen met het zoeken naar een onderscheidende positionering...

## 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  |
| Bert Pauli: Een ondernemer in de politiek              |    |
| <b>Voorwoord</b>                                       | 4  |
| <b>Rubriek</b>                                         | 6  |
| Werk samen sterk                                       |    |
| <b>Advertorial</b>                                     | 8  |
| Al zin in carnaval?                                    |    |
| <b>Media</b>                                           | 9  |
| De zapcultuur voorbij...                               |    |
| <b>Advertorial</b>                                     | 10 |
| Holland Casino Breda                                   |    |
| <b>Sport</b>                                           | 12 |
| Wat zakelijk golfen kan betekenen voor uw onderneming! |    |
| <b>Trends</b>                                          | 13 |
| Het Nieuwe Trendwatchen...doe je zelf!                 |    |
| <b>Reclame en marketing</b>                            | 14 |
| Scoren met 'joint promotions'                          |    |
| <b>Drukwerk</b>                                        | 15 |
| Ontzorgen...                                           |    |
| <b>Juridisch</b>                                       | 16 |
| De nieuwe Richtlijn Consumentenrechten                 |    |
| <b>Redactioneel</b>                                    | 17 |
| Europees uitwisselingsprogramma voor ondernemers       |    |
| <b>Advertentie</b>                                     | 18 |
| Brabant Awards                                         |    |
| <b>Rubriek</b>                                         | 19 |
| Misschien wel naar Londen                              |    |
| <b>Advertentie</b>                                     | 20 |
| DeltaZuid                                              |    |
| <b>Accountancy</b>                                     | 22 |
| Belastingplan 2012                                     |    |
| <b>Advertentie</b>                                     | 24 |
| Netwerken op hoogte!                                   |    |
| <b>Redactioneel</b>                                    | 25 |
| Dialog met de provincie Noord-Brabant                  |    |
| <b>Advertentie</b>                                     | 26 |
| Nespresso                                              |    |
| <b>Media</b>                                           | 27 |
| Zichtbaarheid broodnodig voor marktwaarde              |    |
| <b>Innovatie</b>                                       | 28 |
| Machinebouwer op de catwalk                            |    |
| <b>Redactioneel</b>                                    | 30 |
| Brabant Onderneemt agenda 2012                         |    |
| <b>Advertentie</b>                                     | 32 |
| Keizer Culinaire                                       |    |
| <b>Rubriek</b>                                         | 33 |
| Schouder aan Schouder                                  |    |
| <b>Coaching</b>                                        | 34 |
| Ondernemen is topsport                                 |    |
| <b>Advertorial</b>                                     | 36 |
| Meer dan alleen creditmanagement!                      |    |
| <b>Rubriek</b>                                         | 38 |
| Samen (net)werken                                      |    |

# WERK SAMEN

Op 9 november vond de bijeenkomst 'Schouder aan Schouder' plaats om kansen te benutten en verbindingen te leggen voor de achterban van netwerk- en ondernemersverenigingen en daarmee de provinciale economie te stimuleren. De Provincie Noord-Brabant trad actief in dialoog met het Brabantse bedrijfsleven om haar toekomstig economisch beleid vorm te geven. Centraal tijdens deze interactieve lunch stonden de onderwerpen: het MKB en het ondernemerschap, innovatie met topsectoren voor maatschappelijke opgaven, de arbeidsmarkt voor de kenniseconomie, ruimte voor bedrijvigheid en internationale profilering en branding.

## SOCIAL MEDIA

Het was een inspirerende bijeenkomst die direct aan het denken zette. Iedere ondernemer is naast woorden vooral op zoek naar daden, zeker in deze tijd. En nu laat de bank ondernemers zitten en drogen subsidies op. Ondertussen blijven de mails en berichten vanuit onze honderden Twitter, LinkedIn en Facebook contacten binnen stromen. Is het dan niet tijd om op andere manieren nieuwe middelen te vinden voor vernieuwing en verbetering?

### Crowdfunding

Crowdfunding is geld lenen op de sociale media manier. We hebben het hier dus niet over naar een bank of hypotheekverstrekker stappen om geld op te halen. Er komen geen financiële intermediairs en ondoorzichtige kostenstructuren aan te pas. Nee, bij crowdfunding geven veel mensen een klein bedrag aan een nieuw plan, innovatie, doel, project, product, bedrijf of idee. Gezamenlijk dragen ze zichtbaar bij aan een grotere investering.

### Voordeel voor de geldgever

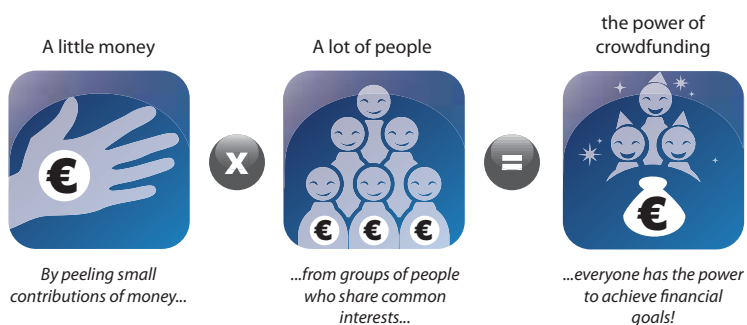
Een investering in de vorm van een klein bedrag betekent een klein risico. En er kan heel specifiek gekozen worden voor projecten die de voorkeur hebben. Daarnaast is er zicht op wie meedoet en wie er achter het plan zit. Bovendien krijgt de geldgever er altijd iets voor terug: een goed gevoel bij een donatie, extra aandacht, kaartjes of vermelding bij sponsoring, rente bij het verstrekken van een lening en eventuele inspraak bij investeringen.

### Voordeel voor de ontvanger

Crowdfunding is allereerst een goede manier om te toetsen of er wel voldoende draagvlak is voor het idee. Daarnaast heb je niet te maken met ondoorzichtige financiële constructies, krijg je directe feedback over de status van de lening en heb je directe betrokkenheid met de geldgevers.

### Samen investeren in muziek

Een bekend Nederlands voorbeeld is Sellaband. Op dit crowdfunding





# STERK



platform kunnen artiesten een pitch plaatsen. Vervolgens kunnen fans een financiële bijdrage leveren om gezamenlijk het bedrag binnen te halen dat nodig is om een cd te kunnen opnemen. Na een bliksemstart in 2006, bleek de markt voor crowdfunding echter toen nog in de kinderschoenen te staan. Inmiddels heeft het platform een faillissement en doorstart meegemaakt en zijn, dankzij de bijdrages van 25.000 fans, tientallen cd's geproduceerd met de gedoneerde 3 miljoen euro.

## Bezwaren

Crowdaboutnow, Share2Start en Symbid zijn Nederlandse voorbeelden om een lening, ofwel investering te crowdfunden. Nadat het geldbedrag is opgehaald, ligt er echter niet één, maar een hele stapel aan overeenkomsten op je te wachten en kijkt niet de bank, maar je meefinancierende buurman mee. Bovendien is er tijd nodig om iedereen te informeren en tevreden te houden. Crowdfunding zit dan ook in het grijze gebied waar DNB, AFM en de financiële markten nog geen grip en geen regels voor hebben. En ergens is dit misschien maar goed ook.

## Samen sterk

Hoewel, de voorbeelden uit de praktijk laten zien dat het werkt. Hoe? Doordat mensen verbonden worden aan elkaar en aan een gezamenlijk doel. Bovendien kunnen sociale media

die ingezet zijn om de aandacht te trekken tijdens de financiering, ook worden ingezet voor het op de hoogte houden van alle meebetalende fans. Nu de banken op de bank én op hun geld blijven zitten, past crowdfunding helemaal in de nieuwe manier van online verbinden en krachten bundelen. Samen sterk door samen te werken én samen te financieren.

*"Bij crowdfunding geven veel mensen een klein bedrag aan een nieuw plan."*

| Platform                 | Land | Crowdfunding                                                                     | Geïnvesteed<br>Investeerders | URL                   |
|--------------------------|------|----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|-----------------------|
| Crowdaboutnow            | NL   | Investeren in startkapitaal bedrijf                                              | € 158.000/445                | www.crowdaboutnow.com |
| Share2Start              | NL   | Lenen aan ideeën op het gebied van duurzaamheid, mobiliteit en het nieuwe werken |                              | www.share2start.com   |
| Symbid/ MKB Crowdfunding | NL   | Investeren in eigen vermogen bedrijf/startup                                     |                              | www.symbid.nl         |
| Geldvoorelkaar           | NL   | Persoonlijke lening tussen personen                                              | € 330.300                    | www.geldvoorelkaar.nl |
| Kickstarter              | USA  | Fund & Follow creativity                                                         | \$60 mln /1 mln.             | www.kickstarter.com   |
| Quirky                   | USA  | Fund & Stemmen, ontwikkelen en verkopen van productencreativity                  |                              | www.quirky.com        |
| Voor de Kunst            | NL   | Donaties/Sponsoring van kunstprojecten                                           | 70 projecten                 | www.voordekunst.nl    |
| Cinecrowd                | NL   | Sponsoring van ideeën voor films presenteren & pitchten                          | € 60.000/ 8 projecten        | www.cinecrowd.nl      |
| TenPages                 | NL   | Investeren in boeken                                                             |                              | tenpages.com          |
| Kiva                     | USA  | Help mensen verder met microkrediet                                              | \$256 mln loans/ 637.379     | www.kiva.org          |
| Global giving            | USA  | Donatie voor goede doelen projecten                                              | \$52.889.824/ 228.627        | www.globalgiving.org  |
| MyC4                     | DK   | Microkrediet voor bedrijven in Afrika                                            | €14,207,539/ 18.776          | www.myc4.com          |
| 1% Club                  | NL   | Donatie van 1% van tijd, geld en kennis aan kleinschalige goede doelen projecten |                              | www.1percentclub.nl   |
| Pifworld                 | NL   | Gezamenlijke Donatie voor ondersteunen van goede doelen projecten                |                              | www.pifworld.com      |



**Detlef La Grand**  
Co-creatie adviseur  
Detlef@woid.nl  
Detleflagrand  
www.linkedin.com/in/detleflagrand

# AL ZIN IN CARNAVAL?

Bij Omroep Brabant hebben we dat in ieder geval! Dat komt waarschijnlijk ook omdat we er al weer een tijd mee bezig zijn. Onze voorbereidingen beginnen namelijk al vlak na de zomer. Dat is ook wel nodig omdat tijdens carnaval al onze media bijna 24 uur per dag in het teken staan van dit prachtige feest.

**E**n dat leidt tot indrukwekkende cijfers.\* Meer dan een miljoen Brabanders kijkt of luistert naar Omroep Brabant tijdens carnaval. Van de zijlijngenieters tot de carnavalsvierders die thuis even een pauze nemen of onderweg naar dweilradio luisteren: bijna de helft van alle Brabanders gebruikt ons om in de carnavalsstemming te blijven.

Ook komend jaar pakken we weer flink uit. Natuurlijk leven we weer naar carnaval toe met de Keiebijters Kletstoernooien (vorig jaar met circa 500.000 kijkers per aflevering). Als carnaval dan eindelijk gaat beginnen pakken we groots uit met de opening van het Brabantse carnaval: 3 Uurkes Vurraf. Na dit startschot trekken we Brabant in om overal verslag te doen van hoe Brabant carnaval beleefd. Via TV, radio, internet en mobiel.

wordt beleefd. Alle foto's en video's die door Brabanders via Twitter worden gedeeld zijn hier terug te vinden, evenals hun statusupdates. Deze site zal januari volgend jaar live gaan.

Voor u als ondernemer zijn er dus uitgelezen kansen om veel Brabanders te bereiken én het Brabantse karakter van uw zaak te benadrukken. Of het nu gaat om onze TV-uitzendingen, dweilradio, de carnavalssite of de social media site; u weet zeker dat u veel Brabanders bereikt. Brabanders die ondernemers die inspelen op carnaval in hun hart zullen sluiten.

Neem tijdig contact op om de mogelijkheden te bespreken. Voor u het weet is het namelijk carnaval!

\* Bron: Intomart GfK

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

**Omroep  
Brabant**

Nieuw dit jaar is een social media site waarmee van seconde tot seconde te volgen is hoe carnaval in Brabant





TRAAG IS HIP!

# DE ZAPCULTUUR VOORBIJ...

Heftige beats, veel beeldwisselingen, pips (picture in pictures), titels, animaties, speed-ups, de nieuwste special effects, niets wordt tegenwoordig in tv- en videoproducties ongemoeid gelaten om de aandacht van de kijker elke fractie van een seconde te trekken. En echt een vak is dat ook niet meer; de effecten staan voorgeprogrammeerd in de montagesoftware en indrukwekkend is het dan al héél snel. Een kind kan de was doen.

Maar het was ook nodig. Want die kijker is sinds de komst van streaming video via internet niet één druk op de afstandsbediening van de tv weg, nee; één muisklik of nog erger; één 'swipe' of 'touch' op de iPad en dat gaat toch 100x sneller. En kort! Maakten we tien jaar geleden nog video's met een gemiddelde lengte van 15 minuten, nu is 3 minuten lang.

Maar gelukkig laten wij die tijd nu ook weer achter ons. Traag is hip. En het mag gelukkig ook weer lang duren. Is de kijker veranderd? Is er sprake van een nieuwe trend? Nee, doelgroepen zijn veranderd; meer gespecificeerd. Al hadden we inmiddels toch behoorlijk het idee producties te maken voor specifieke doelgroepen, toch schoten we vóór het streaming video- en digitale televisietijdperk nog steeds met hagel op een algemeen, nou vooruit, soms best

bovenmatig geïnteresseerd publiek. Maar sinds nieuwe media, met een belangrijke rol voor social media, voor steeds specifiekere distributieplatformen zorgt, schieten we steeds meer met scherp. Want specifieke platformen zorgen voor een specifieke doelgroep. Liefhebbers van de natuur kijken naar National Geographic. Liefhebbers van vissen kijken naar FishTV. Liefhebbers van Auto's kijken naar CarChannel. Liefhebbers van Audi naar tv.audi.com en van Mercedes naar Mercedes-Benz.tv. En op youtube.com kunt u zelf invoeren wat u wilt zien. Vul maar een onderwerp in en u bent uren zoet.

Door die platformen weten we dat liefhebbers kijken. En liefhebbers zijn niet zo snel afgeleid. Dat mag langer duren, zelfs traag zijn én, het belangrijkste; weer de diepte in gaan. De inhoud is weer aan zet. Gelukkig, ons vak is weer terug!

Voorbeelden vindt u op onze site:

- [www.veldkampprodukties.com/portfolio/ijzige-schoonheid/](http://www.veldkampprodukties.com/portfolio/ijzige-schoonheid/)
- [www.veldkampprodukties.com/portfolio/peerke-donders/](http://www.veldkampprodukties.com/portfolio/peerke-donders/)
- [www.veldkampprodukties.com/portfolio/end-polio-now-de-laatste-horde/](http://www.veldkampprodukties.com/portfolio/end-polio-now-de-laatste-horde/)
- [www.veldkampprodukties.com/portfolio/we-dansen-om-de-dans-te-ontspringen/](http://www.veldkampprodukties.com/portfolio/we-dansen-om-de-dans-te-ontspringen/)

**Jeroen Veldkamp** is directeur/eigenaar van Veldkamp Producties BV en produceert al meer dan 15 jaar uiteenlopende commercials, televisie-, film- en videoproducties voor bedrijven, instellingen, overheid en omroepen. 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@veldkampprodukties.com](mailto:jeroen@veldkampprodukties.com)

[Jeroen\\_Veldkamp](https://www.linkedin.com/company/jeroen-veldkamp)

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

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





JEAN-PAUL LESMAN:

# "HOLLAND CASINO BREDA IS EEN EXCELLENTE PARTNER VOOR DE ZAKELIJKE MARKT."

De Nationale Stichting tot Exploitatie van Casinospelen, in de volksmond beter bekend als Holland Casino, richt zich voor een belangrijk deel op de vrijetijdsbesteding. En dan zeer specifiek op 'vrijetijdsbesteding in een maatschappelijk verantwoorde, veilige omgeving'. Holland Casino wil plezier bieden en beleving. Letterlijk geeft de organisatie aan: "Door spel en speelsheid betoveren en versieren wij het leven. We verbinden en vullen het leven aan."

Sinds enkele jaren wordt met name in de vestiging Breda deze insteek doorgetrokken naar de zakelijke markt. Holland Casino Breda maakt bij monde van Jean-Paul Lesman, sales representative, enorm veel werk van de zakelijke bijeenkomsten. "Wij beschikken over prachtige zalen met een uitstekende service en prima faciliteiten. Een zakelijk arrangement in Holland Casino is een speelse manier van elkaar ontmoeten."

Voor Jean-Paul Lesman is Holland Casino Breda in diverse opzichten een speciale vestiging. Hij noemt het een vestiging met een enorme uitstraling. Niet alleen voor Breda en directe omgeving. De bekendheid strekt zich immers uit vanaf de Randstad tot ver over de Belgische grens. En als medewerker van Holland Casino voelt hij zich als een vis in het water. Hij bestempelt het als een uniek en spannend bedrijf, maar vooral ook

sociaal. "En je staat hier op een podium in een prachtige ambiance", klinkt hij trots. Het streven van Jean-Paul Lesman is om Holland Casino Breda, en in een later stadium ook dat in Nijmegen en Utrecht, eveneens een podium te laten zijn voor het bedrijfsleven. "Of het nu gaat om een grote of kleine groep, een geheel verzorgd arrangement of alleen een passende zaal: Holland Casino biedt altijd een oplossing op maat."

## Klooster en kazerne

Een eerste kennismaking met Holland Casino Breda is imponerend. Direct na de entree maakt de centrale hal met tal van tafelspelen en speelautomaten een overweldigende indruk. En Jean-Paul Lesman steekt zijn trots over die speciale entourage niet onder stoelen of banken: "Het vroegere kloostergebouw en later de Chassékazerne is rond 1999 eigendom geworden van Holland Casino. Een grondige restauratie heeft het geheel veranderd in een feestelijk complex. Historische details, zoals balkenplafond, gotische ramen en muurschilderingen zijn behouden." Jean-Paul Lesman spreekt even gepassioneerd over de vroegere 'binnenplaats', die geheel is overkapt en veranderd in één grote 'speelplaats'.

## Nonnen, professoren en militairen

Gedurende zeven eeuwen was het complex aan het huidige Kloosterplein bewoond door Norbertinessen, professoren en studenten van de Illustere School en grote aantallen militairen van de Chassékazerne. Vanwege een reorganisatie bij defensie in begin jaren negentig van de vorige eeuw werd het gebouw





eigendom van de gemeente Breda. Jean-Paul Lesman: "In alle ontwikkelingen rond dit gebouw heeft geld een belangrijke rol gespeeld. Zo kocht Holland Casino het in 1999 voor één symbolische gulden, met de restrictie dat het in authentieke staat zou worden herbouwd." En sinds die ene gulden aan het rollen is gegaan, staat het spel hier niet meer stil.

### Charme

De monumentale, voormalige Kloosterkazerne in hartje Breda ademt een zekere grandeur uit. Het gebouw combineert de charme en het karakter van een historische locatie in een fraaie en inspirerende omgeving met uiterst moderne vergader- en presentatiefaciliteiten. "Voor welke vergadering, presentatie, training of speciale feestelijke bijeenkomst dan ook hebben wij altijd wel een zaal die aan de wensen voldoet", verklaart Jean-Paul Lesman. Hij wijst vervolgens op de kwaliteit van de service en de optimale klantbeleving. "Wij hechten aan goed getrainde en enthousiaste medewerkers die elk verblijf bij ons tot een succes maken. Een grote of kleine groep. Een geheel verzorgd arrangement of alleen maar een zaal op maat. Wij bieden altijd een oplossing die bij de klant past."

### Zakelijk en feestelijk

Jean-Paul Lesman spreekt met trots over de enorme gastvrijheid en de flexibiliteit in combinatie met de uitstekende faciliteiten van Holland Casino Breda. De aanwezigheid van de meest moderne audiovisuele middelen voor presentaties en

bijeenkomsten, de Brabantse culinaire traditie die varieert van een tussen-doortje tot een compleet exclusief diner én natuurlijk een breed en verrassend spelaanbod met zonodig een uitgebreide speluitleg. En dat allemaal in een keur aan zalen. Jean-Paul Lesman somt op: de imposante Kapel (daterend uit 1501) voor 250 bezoekers, de intieme Chassézaal voor kleinere gezelschappen, de statige Proosdijzaal met een klassieke sfeer én de historische kelder als exclusieve vergaderruimte of om werkelijk luxe te dineren. "Wij proberen op excellente wijze onze gasten het naar de zin te maken. Hier kan alles op elk moment", concludeert Jean-Paul Lesman.

### Uitstraling

Holland Casino dicht grote waarde toe aan de zakelijke uitstraling van het bedrijf. Jean-Paul Lesman is er de exponent van. Deze ras Bredenaar kent als geen ander de regio. Wat hij nu bewerkstelligt bij Holland Casino Breda met het netwerk, de faciliteiten en de hospitality, wil hij in eerste instantie verder uitrollen naar Nijmegen en Utrecht. "Breda wordt het landelijke voorbeeld. Onze filosofie daarbij is dat wij niet grossieren in omzetten, maar meer in het verkrijgen van complimenten."



Holland Casino  
Kloosterplein 20  
4811 GP Breda  
(076) 525 11 00  
[www.hollandcasino.nl](http://www.hollandcasino.nl)







# WAT ZAKELIJK GOLFEN KAN BETEKENEN VOOR UW ONDERNEMING!

Golf is niet alleen maar een recreatieve sport. Het is de luxe lunch van de moderne beroepsbevolking, dé levendige plek waar zaken worden gedaan. Zakelijk golfen in Nederland heeft de afgelopen jaren volop zijn intrede gedaan. Duizenden bedrijven, van MKB tot multinational, zetten de golfsport succesvol in om duurzame relaties op te bouwen met nieuwe en bestaande klanten.



**N**aast dat het een plezierig tijdverdrijf is, is één van de belangrijkste redenen voor ondernemers, dat op de golfbaan de basis kan liggen van grote zakelijke successen. Bij bestuursvoorzitters, oftewel CEO's uit de Verenigde Staten is het gebruikelijk dat zij hun personeel stimuleren om golfflessen te volgen. Langzamerhand is de mening van veel zakelijke golfers dat ook in het Nederlandse bedrijfsleven de beheersing van het golfspel bijna onmisbaar geworden is.

Maar zakelijk golfen kent niet alleen zijn triomfen. De psychologie van het golfen is intrigerend. Je leert nergens iemand zo goed kennen als tijdens een partijtje golf. Het is niet voor niets dat het bedrijfsleven daarom de golfbaan heeft gevonden als plaats om zaken te doen. Een ontspannen en vaak bijzonder mooie omgeving, een leuk spel, heerlijk eten en (het

belangrijkste) een waanzinnig inzicht in de belevingswereld van je relatie. Waar anders krijg je in vier uur tijd het inzicht of iemand volgens de regels speelt of sjoemelt, of iemand sportief is, met het mes op tafel speelt, iemand anders een kans geeft, competitief is, zichzelf overschat of juist onderschat? Tijdens het golfen leer je iemands persoonlijkheid meer kennen dan tijdens een gewoon gesprek. Uit de praktijk blijkt dat deals dan ook zijn gestrand door slecht gedrag op de golfbaan. Een speler die smijt met zijn clubs wekt weinig sympathie. En daar is het rondje golf nou juist wel voor bedoeld.

In hoeverre bent u in staat een band te smeden met uw flightgenoten? Bent u een goede gastheer? Verstaat u de kunst het anderen naar de zin te maken? Allemaal vragen die een zakelijke relatie zichzelf moet stellen voordat hij zijn relatie uitnodigt op de golfbaan. Tijdens een zakelijke afspraak op de golfbaan is het niet van belang de deal te sluiten tijdens de 18 holes durende ronde. Dit weerhoudt u ervan te genieten van de omgeving en daarmee kunt u uw partner een ongemakkelijk gevoel geven. En dit is wel het laatste wat u wilt bereiken met een zakelijk rondje golf. Als BurgGolf zouden wij zakelijk golfend Nederland hiervoor wat tips mee willen geven. Zo is geduld een schone zaak. Haast u niet met het sluiten van deals voor de 5e hole of na de 15e hole. Dit komt uw speel-

tempo niet ten goede. Zes uur op een golfbaan rondlopen is te lang. Zakelijk golfen is een "zes uur durend verkooppraatje", maar dit is inclusief het kopje koffie vooraf en een drankje of diner na de tijd. Behandel relaties zoals zij behandeld willen worden. Besteed aandacht aan de persoonlijkheid. In verdere onderhandelingen zullen ze u wel beter leren kennen. Leg de focus op resultaten, en met de resultaten bedoelen we niet de golfscore. Denk voor het begin van de ronde goed na over wat u hoopt dat uit deze zakelijke afspraak komt. Werk doelen uit en hoe u van plan bent hen te ontmoeten op de golfbaan. Het is een essentieel onderdeel voor het zakelijk golfen, het is de sleutel tot succes net als een 'pre shot routine' voor een goede prestatie tijdens een rondje golf.

Uit onze ervaringen is gebleken dat veel ondernemers op zoek zijn naar manieren om het golfspel nog effectiever in te zetten voor de groei van uw onderneming. BurgGolf biedt het bedrijfsleven optimale kansen als het gaat om zakelijk golfen. Niet alleen door te zorgen voor aantrekkelijke speelmogelijkheden op acht fantastische golfbanen, maar ook door een actieve business club, golfopleidingen, restaurant- en vergadermogelijkheden, etcetera. Kortom, BurgGolf verzorgt alle facetten om het zakelijk golfen tot een succes te maken zodat u en uw relaties onbekommerd kunnen genieten.



**Wouter Stemerink**

Manager  
gendersteyn@burggolf.nl  
[nl.linkedin.com/in/wstemerink](https://nl.linkedin.com/in/wstemerink)

BurgGolf Gendersteyn Veldhoven  
Locht 140  
5504 RP Veldhoven  
Tel: (040) 230 01 34  
[www.burggolf.nl](http://www.burggolf.nl)



# HET NIEUWE TRENDWATCHEN... DOE JE ZELF!

TRENDSVERWACHTING: 2012 WORDT HET JAAR VAN DE GROTE VERWARRING

In een tijd waarin verandering de enige constante lijkt, is het verstandig om als ondernemer nog beter om je heen te kijken. Trendwatchers-duo Lieke en Richard Lamb laten zien dat in ieder van ons een trendwatcher schuilt.

Brabant heeft de potentie om in 2012 bijzonder goed door de economische recessie te komen. Tijdens onze trendpresentaties en brainstorm-sessies die wij regelmatig in het Brabantse mogen verzorgen (onlangs nog voor Brabant Onderneemt, Brabant voor Techniek! en het Sport, Wetenschap en Techniek Congres) zien wij een frisse combi van ondernemerschap en veranderingsgezindheid. Dat laatste uit zich vooral in bijzondere innovaties en onverwachte samenwerkingen tussen bedrijven uit verschillende sectoren. Tel daarbij op de strategische ligging van Brabant als logistieke poort naar Europa en we hebben dé ingrediënten voor een sterk 2012.

## Verwarring in 2012

In 2012 ontdekken velen dat de recessie helemaal niet voorbij is, maar juist extra hard bij hen aankomt. Dat geeft verwarring want 'de crisis was toch voorbij?' We zijn echter bezig met een 'Jarenlang Economisch Zaagtandherstel'. Dat gaat met horten

en stoten. Het komende jaar krijgen we te maken met meer belastingdruk, minder kinderbijslag, een lagere huurtoeslag en een stijging van de kosten voor de gezondheidszorg, gemeentelijke heffingen, energie, brandstof en levensmiddelen. Daardoor wordt het vrij besteedbare inkomen steeds minder, of schiet zelfs tekort.

## Geniet!

De tegenreactie is dat we weer meer willen genieten en teruggaan naar het kleine, pure, echte leven om ons heen. Die positieve levenshouding noemen we 'Het Nieuwe Genieten' en komt voort uit het verschijnsel dat mensen momenteel Welvaart en Welzijn steeds vaker loskoppelen van elkaar. Men kan met iets minder ook heel gelukkig zijn. De focus verschuift van 'bezit' naar 'beleving'. De complete TrendsVerwachting 2012 staat op [www.TrendsVerwachting.nl](http://www.TrendsVerwachting.nl).

## Doe-het-zelf trendwatchen

Juist in deze stormachtige tijden is het handig om een bedrijf nog beter te verankeren in haar omgeving, onder andere door de trends in de samenleving goed te volgen. Als trendwatchers-duo vonden wij het tijd om uit te leggen hoe je zelf trends



Betrek jongeren bij je bedrijf en leer van de manier waarop zij denken en communiceren.

kunt spotten en vertalen naar kansen en acties. Dit alles onder het motto 'Het Nieuwe Trendwatchen...doe je zelf!'. Het resultaat vind je op [www.HetNieuweTrendwatchen.nl](http://www.HetNieuweTrendwatchen.nl), want zeg nou zelf: 'In ieder van ons schuilt toch een trendwatcher?'



Het Nieuwe Trendwatchen...doe je zelf! In ieder van ons schuilt een trendwatcher.

Discussieer mee via de linkedin groep van Brabant Onderneemt



**Richard Lamb**

Trendwatcher & Futuroloog  
Contact@TrendWatcher.com  
[www.linkedin.com/in/trendwatcher-richardlamb](http://www.linkedin.com/in/trendwatcher-richardlamb)  
[RichardLamb](#)

Bureau TrendWatcher.com  
Postbus 202  
2300 AE Leiden  
Tel: (070) 511 44 44  
[www.TrendWatcher.com](http://www.TrendWatcher.com)



Omarm de toekomst en realiseer je dat 'tijd' je grootste vijand is.





'Schouder aan schouder' ondernemen klinkt geweldig. Mits je over de schaduw van je eigen bedrijf heen kunt kijken natuurlijk. Want er is een gemeenschappelijk belang. In 'onze' marketingwereld hebben we daar zelfs een specialisme van gemaakt: joint promotions. Je kent ze wel uit de winkel. Koop een wasmachine en je krijgt een jaar lang wasmiddel cadeau. Het principe is eigenlijk heel simpel. Door producten of diensten samen aan te bieden, creëer je extra voordeel voor je klanten. En dat verkoopt. Waarom doen wij ondernemers dat eigenlijk niet veel vaker?

## SCOREN MET

# 'JOINT PROMOTIONS'

*"Wij zijn een marketingcommunicatie bureau. Reclamemakers dus, en geen salesmensen."*



**Marco Tramonte**

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

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

**BUREAU & ZO**  
MARKETING COMMUNICATE

Nog even de theorie. Een joint promotion is een aanbieding die is opgezet door twee (of meer) verschillende merken. Vaak gaat het om iets dat je gratis krijgt bij een ander product. Zie het voorbeeld van de wasmachine. Achter de schermen verrekenen de merken natuurlijk de kosten van de promotie en de waarde die de promotie heeft voor het merk. Anders is er geen gezamenlijk belang.

### Ook in business-to-business

Typisch genoeg lijkt deze vorm van 'schouder aan schouder' promotie vooral iets voor consumentenmerken die via retailers hun spullen verkopen. Terwijl je in business-to-business markten ook prima kunt werken aan een gemeenschappelijk belang. Voor je klant, en dus ook voor jezelf. Ik heb een voorbeeld uit onze eigen praktijk. Wij zijn een marketingcommunicatie bureau. Reclamemakers dus, en geen salesmensen. Maar bij onze klanten liggen marketing en sales meestal heel dicht tegen elkaar aan. Wat is

reclame waard voor hen als de verkopers zich geen raad weten met wat wij bedenken?

### Krachten bundelen

Samen met een collega Brabant-ondernemer: Sjors Scheepers van SalesTouch hebben we het eens over een heel andere boeg gegooid. Hij is ontzettend goed in het coachen en trainen van verkopers, ook als dat mensen zijn die liever met hun vak bezig zijn dan met verkopen. We kennen ze allemaal wel. En in plaats van onze oogkleppen op te doen en alleen ons 'reclaming' te doen, hebben we onze krachten gebundeld in één aanbieding die staat als een huis: een commerciële strategie, uitgewerkt naar een sprankelend reclameconcept, een concreet salesplan én coaching van de verkopers die het allemaal moeten gaan doen. Let wel: dit kan iedere ondernemer. Als je andere ondernemers maar kunt zien als collega's in plaats van concurrenten.

### Uit hetzelfde hout gesneden

Het leuke van deze samenwerking is dat SalesTouch en wij onze opdrachtgevers samen een aanbieding kunnen doen die we los van elkaar nooit waar kunnen maken. Dat is ons gemeenschappelijk belang. En het werkt omdat het uitgaat van de belangen van onze klanten: die krijgen een idee waar ze nou eens écht iets mee kunnen. Maar het werkt ook omdat Sjors uit hetzelfde hout is gesneden als wij. Je moet namelijk wel bereid zijn om ook eens een deel van het beschikbare budget door te schuiven naar je collega, in plaats van je eigen kas te spekken. De volgende keer is het namelijk andersom.







# DE NIEUWE RICHTLIJN CONSUMENTEN-RECHTEN

Er is een nieuwe Europese Richtlijn Consumentenrechten aangenomen. Deze Richtlijn zal vermoedelijk voor eind 2013 verplicht moeten worden omgezet in Nederlandse wetgeving. De regelingen uit de Richtlijn zijn pas van kracht vanaf het moment dat de Richtlijn is omgezet in Nederlands recht. De Richtlijn Consumentenrechten versterkt de rechten van consumenten, met name met betrekking tot het online winkelen. Hieronder worden enkele belangrijke wijzigingen besproken die de Richtlijn zal gaan brengen.

gecreëerd worden. Sancties op het niet naleven van deze informatieplichten zullen te zijner tijd door de Nederlandse wetgever moeten worden bepaald.

hiervoor een vergoeding verschuldigd te zijn wanneer hij door middel van herroeping de overeenkomst ontbindt.

Voor zover de Richtlijn Consumentenrechten. Daarnaast wijs ik nog op de ontwikkelingen op het gebied van het Europese (consumenten)contractenrecht, meer in het bijzonder een voorstel voor een Optioneel Instrument van contractenrecht. Hetgeen als een soort Europees Civiel Wetboek moet worden gezien ten aanzien waarvan ondernemers/handelaren zelf een 'opt in' (keuze) mogelijkheid tot toepasselijkheid krijgen. Toepasselijkheid van dit instrument kan weer leiden tot bepaalde voordelen voor ondernemers.

Op grond van de Richtlijn gaan er strengere informatieplichten gelden voor handelaren/ondernemers ten aanzien van consumenten. Een handelaar zal in principe alle informatie aan de consument dienen te verstrekken voordat de consument tot koop gebonden wordt. Er wordt overigens een uitzondering mogelijk gemaakt voor dagelijkse transacties waarbij de handelaar de zaak of de dienst onmiddellijk na sluiting van de overeenkomst moet leveren. Voor overeenkomsten die op afstand tot stand komen – denk hierbij aan online winkelen – worden bovendien meer specifieke regels gegeven. Zo moet de consument onder andere voor het sluiten van de overeenkomst nadrukkelijk worden gewezen op zijn betalingsverplichting. Tevens moeten er, voordat de overeenkomst tot stand komt, bepaalde 'aanvink' verplichtingen (op de website) voor de consument

Het herroepingsrecht van consumenten voor op afstand gesloten overeenkomsten wordt verlengd van 7 naar 14 dagen. Bovendien krijgt de handelaar de verplichting de consument duidelijk te informeren over zijn herroepingsrecht en de hieraan verbonden voorwaarden. Indien de handelaar deze verplichting nalaat wordt de bedenktijd van de consument verlengd tot een heel jaar. Het is als ondernemer dus zaak hier straks duidelijk melding van te maken. Voor de gevolgen van de herroeping en de voorwaarden waartegen deze dient te geschieden zijn aanvullende regels in de Richtlijn gegeven. Graag signaleer ik hier onder andere de verplichting voor de consument om de zaak uiterlijk binnen 14 dagen na ontvangst te retourneren, alsmede het recht voor de consument om de zaak uit de verpakking te halen en gedurende korte tijd te gebruiken om te beoordelen of het aan zijn verwachtingen voldoet, zonder



Het is, indien u als ondernemer zaken doet met consumenten, verstandig de ontwikkelingen op het gebied van het Consumentenrecht nauwlettend te volgen. Met name wanneer u verkoopt via internet is het raadzaam bijtijds uw website, contract(en) en met name uw algemene voorwaarden te laten screenen en aan te passen.



**Bart van Zuuk**

Advocaat

b.vanzuuk@holla.nl

[www.linkedin.com/company/holla-advocaten](http://www.linkedin.com/company/holla-advocaten)

[holla-advocaten](http://holla-advocaten)

[hollaadvocaten](http://hollaadvocaten)

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

**holla**  
advocaten

HET EUROPEES UITWISSELINGSPROGRAMMA

# VOOR ONDERNEMERS

Overweegt u om uw eigen bedrijf op te zetten of bent u al een succesvol ondernemer? In dat geval is Erasmus voor jonge ondernemers misschien iets voor u!



Erasmus for Young  
Entrepreneurs

## Wat is het doel van het programma?

Het programma bevordert ondernemerschap en het concurrentievermogen, de internationalisering en de groei van startende en bestaande mkb-bedrijven in de EU. Het programma draagt bij aan de overdracht van kennis en de ontwikkeling van managementvaardigheden voor bestuurders in het mkb.

## Waar gaat het over?

Ondernemerschap is van essentieel belang voor de economische groei en het scheppen van werkgelegenheid. Bij oprichters van een klein of middelgroot bedrijf ontbreekt het vaak aan managementervaring en belangrijke vaardigheden. Dit is, in combinatie met het feit dat het grootste deel van de kleine en middelgrote bedrijven slechts in één land werkzaam is, een belemmering voor groei.

Dit EU-programma biedt:

- Nieuwe ondernemers de gelegenheid om van een ervaren ondernemer in het midden- en kleinbedrijf (mkb) in een ander EU-land te leren;
- Maakt het mogelijk dat nieuwe en ervaren ondernemers ervaringen uitwisselen;

- Vergemakkelijkt de toegang tot nieuwe markten en de zoektocht naar mogelijke zakenpartners;
- Vergroot de netwerk mogelijkheden van zakenmensen en het mkb;
- Geeft ervaren ondernemers de kans om nieuwe zakenrelaties te ontdekken en meer te weten te komen over de mogelijkheden in een ander EU-land.

## Wat heeft het programma te bieden?

Het programma biedt nieuwe ondernemers de mogelijkheid om maximaal 6 maanden in een ander EU-land in het kleine of middelgrote bedrijf van een ervaren ondernemer te werken. De nieuwe ondernemer kan van een ervaren gastondernemer de nodige kennis over de start en het management van een klein of middelgroot bedrijf opdoen op de volgende gebieden:

- Beslissende voorwaarden voor succes;
- Doeltreffend plannen;
- Financieel en operationeel beheer;
- Ontwikkeling van vernieuwende producten en diensten;
- Succesvolle ervaringen met verkoop en marketing.

Nieuwe ondernemers krijgen ook de mogelijkheid om meer te weten te komen over:

- Europese handelswetgeving en de Europese interne markt;
- Europese normalisatie;
- Europese ondersteuning voor het mkb.

## Procedure

Nieuwe (NE) én ervaren ondernemers (HE) kunnen deelnemen.

Nieuwe ondernemers (NE) zijn ondernemers die vergevorderde plannen voor het opzetten van een eigen bedrijf hebben of in de afgelopen drie jaar een eigen bedrijf zijn begonnen.

Ervaren ondernemers moeten eigenaar of bestuurder van een klein of middelgroot bedrijf in de EU zijn. Nieuwe ondernemers reizen naar een ander EU-land om enige tijd te werken in het kleine of middelgrote bedrijf van een ervaren ondernemer. Organisaties die als tussenpersoon optreden, koppelen de nieuwe ondernemers aan de gastondernemers.

## Heeft u interesse in deze regeling?

Neemt u dan contact op met de heer F. Cuijpers van Stichting Brabant Ondernemt via (040) 266 15 28 of [mail@brabantondernemt.nl](mailto:mail@brabantondernemt.nl).







**27 FEBRUARI 2012**  
**BRABANT**  
**AWARDS**  
**[WWW.BRABANTAWARDS.NL](http://WWW.BRABANTAWARDS.NL)**

# MISSCHIEEN WEL NAAR LONDEN

Een zware blessure aan zijn rug had zomaar het eind kunnen betekenen van zijn sportieve carrière. Maar tegen alle verwachtingen in voelde Robby van Laarhoven zich na intensieve revalidatie beter dan ooit. Kort daarna behaalde hij goud tijdens een internationaal toernooi in Hamburg en zeer recent, zondag 13 november, werd hij Nederlands Kampioen in zijn gewichtsklasse.

**T**och heeft Van Laarhoven op dit moment nog geen A-status gekregen van NOC\*NSF. "Het is voor judoka's niet makkelijk om de sport op het hoogste niveau te beoefenen. Behalve dat je er natuurlijk een hoop voor moet doen en laten, is het lastig om zo'n leven te combineren met werk. Ik ben daarom ontzettend blij met de plek die ik hier bij het Olympisch Netwerk Brabant heb. Mijn werk kan ik goed combineren met mijn trainingsrooster en er is begrip voor als ik weer eens weg moet naar een internationaal toernooi." Tijdens zijn zoektocht naar een baan merkte Van Laarhoven dat veel bedrijven terughoudend waren om een topsporter in dienst te nemen.

Terwijl het bedrijven juist mooie kansen biedt, vindt Van Laarhoven. "Een topsporter kan een inspirerend voorbeeld zijn voor collega's door zijn bijzondere ervaringen zo nu en dan met hen te delen. Bovendien kan het bedrijf profiteren van positieve aandacht als er mooie resultaten behaald worden!" Sinds zijn blessure is voor Van Laarhoven niets vanzelfsprekend, maar dromen zijn er zeker. "Het zou geweldig zijn als ik me weet te plaatsen voor de Olympische Spelen in Londen, volgend jaar. Daarvoor moet ik op de juiste momenten voldoende punten halen. Alles moet meezitten, maar niks is onmogelijk", aldus een opgewekte Van Laarhoven.



**Bas Ijpelaar**

Assistent Manager

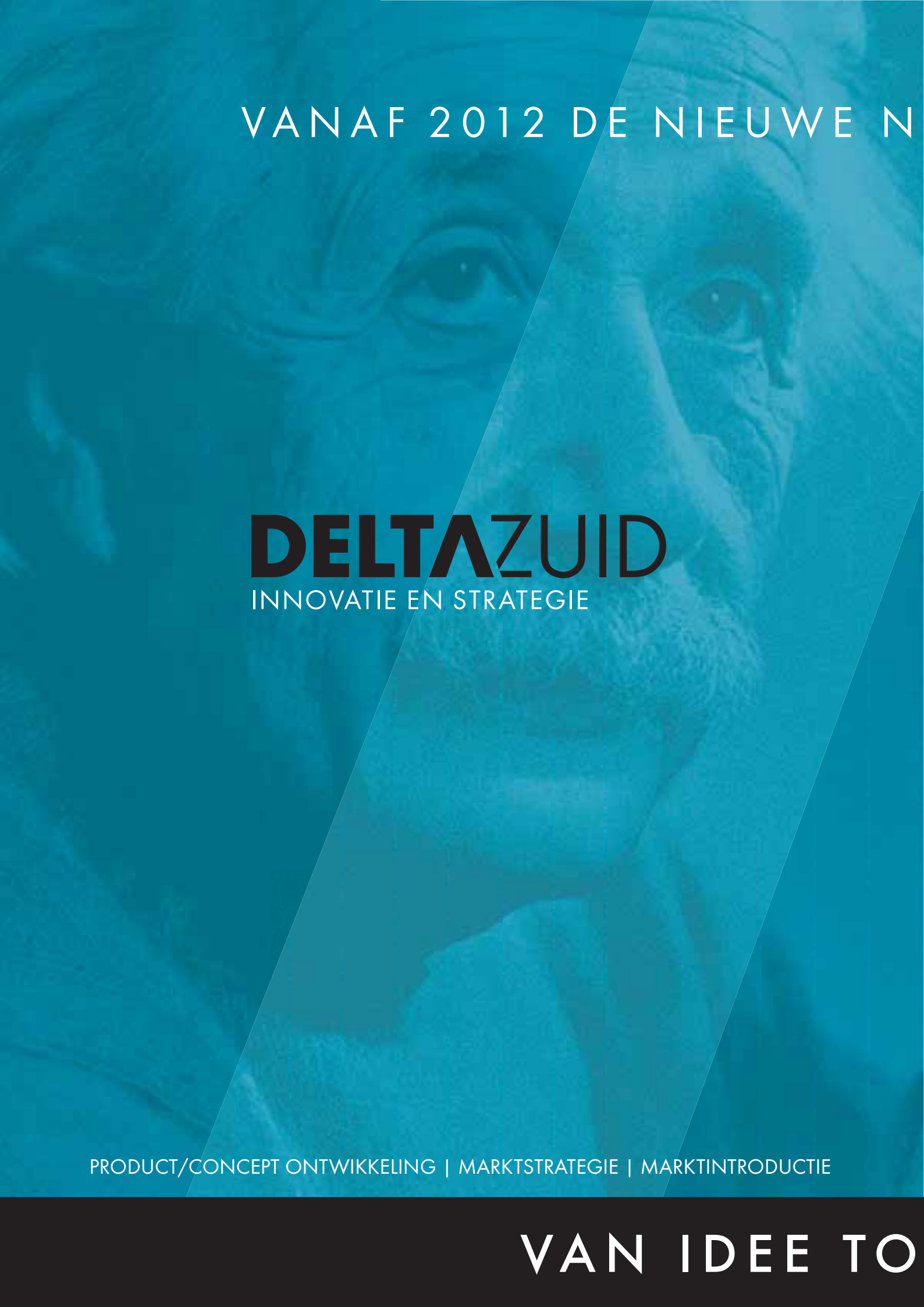
[b.ijpelaar@topsportbrabant.nl](mailto:b.ijpelaar@topsportbrabant.nl)

[TopsportBrabant](#)

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







VANAF 2012 DE NIEUWE N

# DELTAZUID

INNOVATIE EN STRATEGIE

PRODUCT/CONCEPT ONTWIKKELING | MARKTSTRATEGIE | MARKTINTRODUCTIE

VAN IDEE TO

AAM IN DE SLIMSTE REGIO

# DELTAZUID

CREATIEVE COMMUNICATIE

CORPORATE COMMUNICATIE | CAMPAGNES | BUSINESS EVENTS

T REALISATIE



# BELASTINGPLAN 2012

EEN GREEP UIT DE FISCALE MAATREGELEN

Het kabinet heeft op Prinsjesdag de fiscale plannen voor het jaar 2012 bekend gemaakt. Een aantal van de meest interessante wetsvoorstellen voor ondernemers passeert hierna kort de revue.

*"De crisismaatregel waarbij alle ondernemers een mogelijkheid krijgen tot versneld (50%) afschrijven op bedrijfsmiddelen vervalt aanstaande 1 januari 2012."*

## Innovatie

De ingeslagen weg waarbij innovaties steeds meer fiscaal worden gestimuleerd, wordt in 2012 verder uitgebreid met een R&D aftrek. De regeling biedt een extra 40% aftrek op kosten en investeringen voor innovaties. Hierbij zijn loonkosten uitgezonderd, deze worden immers fiscaal reeds gefaciliteerd.

## Zelfstandigenaftrek

Voor ondernemers die voldoen aan het urencriterium (1.225 uur) komt in de plaats van de zelfstandigenaftrek een vaste basisaftrek van € 7.280 in de inkomstenbelasting. Dit bedrag is niet meer winstafhankelijk en wordt niet meer jaarlijks verhoogd. Daardoor hebben vooral ondernemers met een relatief hoge winst meer baat bij dit voorstel. Keerzijde is dat degenen met lage winst minder vaste basisaftrek krijgen dan de huidige zelfstandigenaftrek.

## Fiscale oudedagsreserve (FOR)

De jaarlijkse toevoeging aan de FOR wordt beperkt. Het dotatieplafond daalt van € 11.882 naar € 9.382. Het percentage van 12% van de winst dat

jaarlijks mag worden toegevoegd aan de FOR blijft wel gehandhaafd.

## Einde crisismaatregel willekeurige afschrijving

De crisismaatregel waarbij alle ondernemers een mogelijkheid krijgen tot versneld (50%) afschrijven op bedrijfsmiddelen vervalt aanstaande 1 januari 2012. Wilt u nog van deze regeling gebruik maken dan zult u de aanschaf van nieuwe bedrijfsmiddelen voor 31 december 2011 moeten doen!

## BTW-heffing privégebruik auto van de zaak

Door een rechtszaak die in juni dit jaar is gewonnen door een belastingplichtige, is de regelgeving omtrent de BTW correctie voor de auto van de zaak aangepast. De uitkomst van de rechtszaak opende de mogelijkheid om effectief geen BTW correctie door te voeren. De wetgever heeft als antwoord de wet met ingang van 1 juli 2011 aangepast zodat dit gat per die datum is gedicht. Een auto die kosteloos in gebruik wordt gegeven voor privédoeleinden, waaronder ook woon-werkverkeer, is vanaf 1 juli 2011 voor de BTW belast als een fictieve dienst naar het werkelijke privégebruik. Mocht u geen kilometeradministratie bijhouden dan kan de verschuldigde BTW worden berekend

via een forfait, dat op jaarbasis 2,7% van de catalogusprijs bedraagt.

De fiscus is in hoger beroep gegaan tegen de eerder genoemde rechtszaak. Tot het hoger beroep is gewezen, kan het interessant zijn de BTW correctie die ziet op de periode van 1-1-2011 tot en met 30-06-2011 op 0% te stellen. Raadpleeg uw adviseur hierover!

## Afschaffing spaarloon- en levensloopregeling

De spaarloonregeling wordt per 1 januari 2012 afgeschaft. Deelnemers kunnen in 2013 het tegoed zonder fiscale gevolgen opnemen. Daarnaast is het mogelijk het tegoed te laten staan indien aan de huidige voorwaar-



Einde willekeurige afschrijving in zicht.  
Investeer nog dit jaar!



Check uw BTW correctie voor de auto!

den van de spaarloonregeling wordt voldaan. Vanaf 2012 wordt het opgebouwde tegoed jaarlijks gedeeltelijk vrijgegeven. De vrijstelling in box 3 blijft en geldt tot 2016. In 2016 verdwijnt de spaarloonregeling namelijk definitief. Ook de levensloopregeling wordt afgeschaft per 1 januari 2012. Vanaf dan kunnen nieuwe deelnemers zich niet meer aanmelden. Indien al deelgenomen wordt aan de levensloopregeling kan deze onder bepaalde voorwaarden worden gecontinueerd tot de pensioengerechtigde leeftijd. Er

bestaat ook een mogelijkheid om het tegoed onbelast door te storten naar vitaliteitssparen.

#### **Vitaliteitssparen**

Vitaliteitssparen wordt ingevoerd per 2013. Deze nieuwe regeling geldt voor iedereen met arbeidsinkomen. Binnen deze regeling is het mogelijk voor belastingplichtigen om jaarlijks maximaal € 5.000 te sparen tot een totaal inleg van € 20.000. De jaarlijkse inleg is aftrekbaar. Bij opname is het tegoed belast in box 1. Er zijn geen verdere eisen of bestedingsdoelen verbonden aan het opnemen van het tegoed. Daarmee is het een eenvoudige regeling die uitstel van belastingheffing kan creëren.

#### **Werkbonus vervangt arbeidskorting ouderen en doorwerkbonus**

De arbeidskorting voor ouderen wordt per 1 januari 2012 afgeschaft. Ook de doorwerkbonus, welke belastingplichtigen moet motiveren door te werken als zij de leeftijd van 62 jaar hebben bereikt, wordt verlaagd in 2012 en verdwijnt geheel in 2013. Beiden worden vervangen door de werkbonus, welke zijn intrede zal doen in 2013.



**mr. Rob P.M. Hoeks FB**

Fiscaal strateeg  
info@feros.nl

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

FEROS financieel en fiscaal strategen  
Postbus 6209  
5600 HE Eindhoven  
Tel: (040) 252 03 25  
[www.feros.nl](http://www.feros.nl)

**FEROS**  
FINANCIEEL EN FISCAAL STRATEGEN





**brabantonderneemt**

OMDAT IEDER CONTACT INSPIREERT...

# NETWERKEN OP HOOGTE!

Meld je tussen  
12 september en 31  
december aan als nieuwe  
deelnemer van Stichting Brabant  
Onderneemt en maak kans om  
met een selecte groep Brabantse  
ondernemers te 'netwerken  
op hoogte'!

## VOORDELEN ALS DEELNEMER:

- gratis zakelijk inhoudelijk magazine
- gratis updates per mail
- gratis deelname aan activiteiten\*
- gratis vacatures plaatsen
- gratis acties plaatsen
- gratis nieuwsberichten plaatsen
- samen handel, kennis en contacten delen
- samen sterk in de regio

\* Er wordt gestreeft naar geen extra kosten cq bijdrage voor de activiteiten.



Brabant Onderneemt het zakelijke platform in de regio voor beslissers van nu en van de toekomst! Wilt u ook deelnemen aan de maandelijkse netwerkactiviteiten? Meld u dan aan als deelnemer via [www.brabantonderneemt.nl](http://www.brabantonderneemt.nl) of bel 040 266 15 28.

Deze actie is mede mogelijk gemaakt door





HET MKB TREEDT IN KRITISCH DIALOOG MET DE

# PROVINCIE NOORD-BRABANT

Het zakelijk platform Stichting Brabant Onderneemt heeft woensdag 9 november in het provinciehuis in Den Bosch een bijeenkomst gehouden onder het thema 'Schouder aan Schouder'. Een veertigtal Brabantse ondernemers, als afgevaardigden van de verschillende provinciale ondernemersnetwerken, schoven in het provinciehuis aan voor een interactieve lunchsessie. Onder de aanwezigen was ook de Brabantse gedeputeerde van economische zaken en bestuur, de heer Bert Pauli.

Onderwerpen die tijdens de bijeenkomst ter sprake kwamen waren:

- Het MKB en het ondernemerschap;
- Innovatie met topsectoren voor maatschappelijke opgaven;
- De arbeidsmarkt voor de kennis-economie;
- Ruimte voor bedrijvigheid;
- Internationale profilering en branding.

Aan een vijftal tafels ontspon zich in twee sessies een stevige discussie naar aanleiding van enkele stellingen. Het zorgde voor diverse aardige statements en conclusies. Met name de rol van de brancheorganisatie voor het midden- en kleinbedrijf en die van het provinciebestuur leverden belangrijke gespreksstof op. Maar ook het onderwijs lieten de ondernemers niet ongeroerd.

Richting MKB luidde het overduidelijke advies om te proberen wat meer proactief te zijn. Verder is het zaak voor het midden- en kleinbedrijf om vooral ook tijdens het werk te investeren in onderwijs. En tegelijk werd richting het onderwijs de boodschap afgegeven om toch wat meer ondernemender te worden. Er

wordt immers te weinig ingespeeld op de arbeidsbehoeften. Het moge duidelijk zijn dat de arbeidsmarkt wel leidend dient te zijn en ook te blijven.

Qua ondersteuning werden enkele harde noten gekraakt. Het Brabantse midden- en kleinbedrijf heeft naar het bleek duidelijk behoefte aan externe steun. Onder meer om hun internationaliseringsstrategie te realiseren. Een belangrijke rol bij die ondersteuning kan de provinciale overheid spelen. Maar helaas is de figuurlijke afstand naar de provincie, maar ook richting de Brabantse OntwikkelingsMaatschappij(BOM), te groot. Ook de Kamer van Koophandel zou in dit opzicht wat meer zichtbaar mogen zijn. Eigenlijk zijn de ondernemers maar matig te spreken over het meedenken van de provincie. Een rol die zeer zeker bij provincie past en daadwerkelijk verwacht mag worden is het blijvend stimuleren.

Ook moet de provincie goed het oog houden op de ontwikkeling van de vele regio's en die, waar mogelijk, met elkaar verbinden. Middels financiën (denk onder meer aan subsidies uit Den Haag en Brussel), kennisuitwisseling en versterking van het

onderwijs. Zaak is verder om vooral ook proactief te zijn. In dit opzicht dient de provincie te kijken naar zowel het aantrekken van grote bedrijven als het ruimte bieden aan starters. Daarnaast zou het voor afgestudeerden financieel mogelijk gemaakt moeten worden om een jaar stage te lopen in een bedrijf. Daar past ook bij een docentenstage. In het HBO en op universiteiten geven immers docenten les die nog nooit een bedrijf van binnen gezien hebben.

Een zeer heikel punt was de overbelasting van het Brabantse wegnennet, waardoor bedrijven onvoldoende bereikbaar zijn. Dit kost het bedrijfsleven heel veel geld. Belangrijk is dan ook dat de provincie snel handelt en in rap tempo het wegnennet aanpakt.

Een punt van kritiek klonk ook richting de ondernemers en dan heel specifiek waar het ging over de samenwerking op een bedrijventerrein. Deze beperkt zich vooral tot facilitaire samenwerking. Feitelijk zou de gemeentelijke overheid, om de samenwerking extra te stimuleren, het af moeten kunnen dwingen om lid te worden van een ondernemersvereniging.

Ondanks de vele kritische geluiden spraken de ondernemers in algemene termen ook hun tevredenheid uit: "Brabant heeft een goed imago. Je kunt als Brabants bedrijf trots zijn."

## Reageren op dit artikel?

Mail naar [mail@brabantonderneemt.nl](mailto:mail@brabantonderneemt.nl) of plaats een discussie op de Brabant Onderneemt LinkedIn groep.





*Geniet van perfecte koffie op het werk*



[www.nespresso.com/pro](http://www.nespresso.com/pro)

**NESPRESSO**  
Koffie met hart en ziel

Ondernemers zijn er genoeg in het land. Toch springen bepaalde ondernemers eruit. Ze tonen lef en op één of andere manier lijkt iedereen ze bij naam te kennen. Ze worden regelmatig gevraagd voor interviews en hun expertisestatus staat als een huis. Maar hoe zijn ze daar gekomen?

## ZICHTBAARHEID BROODNODIG VOOR MARKTWAARDE

### PUBLICITEIT ONDERSTREEPT JOUW EXPERTISE

Elke succesvolle ondernemer is ooit met weinig begonnen. De uitspraak 'winners are losers who never give up' vind ik op het lijf geschreven van ondernemend Nederland. Natuurlijk moet je product of dienst perfect in orde zijn. Maar ook als dat helemaal goed zit kan het nog steeds zijn dat je minder zichtbaar bent dan vakgenoten.

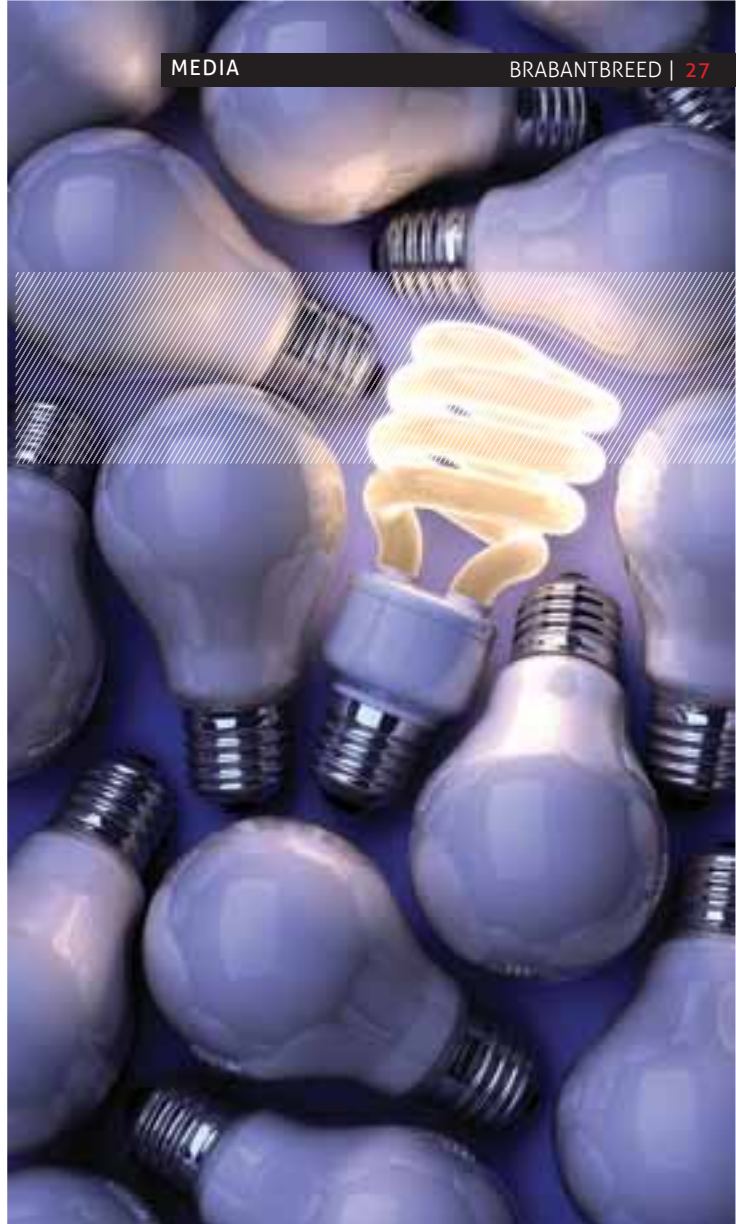
De sleutel tot succes zit hem in betrokkenheid, zichtbaarheid en geloofwaardigheid. De betrokkenheid zit onder andere in de service die je biedt. Daarnaast is het laten zien van betrokkenheid in je vak belangrijk. Bijvoorbeeld door online te reageren op vakartikelen.

Om geloofwaardig te zijn is het belangrijk, zeker in de dienstverlening, om niet te beweren dat je alles kan. Als jij een probleem met je schouder hebt, wil je dan geholpen worden door iemand die zegt je hele lichaam te kunnen herstellen? Of wil je geholpen worden door iemand die zich alleen maar bezig houdt met het

bestuderen en verhelpen van schouderproblemen? Ik kom veel ondernemers tegen die het moeilijk vinden om een keuze te maken in de profilering. Ze kunnen meerdere dingen en zijn bang om klanten te verliezen als ze in de profilering kiezen voor één specialisatie. Als je echter een keuze durft te maken en je bijvoorbeeld gaat richten op een hele specifieke doelgroep, dan komen er kansen op je pad die anders niet zichtbaar voor je waren geweest. Alleen als je je hoofd boven het maaiveld durft uit te steken, zal je echt gezien worden. Jouw geloofwaardigheid als expert is hoger als je jouw expertisegeraad durft te versmallen.

Publiciteit draagt bij aan het versterken van je expertisestatus en geloofwaardigheid. Hierdoor neemt je marktwaarde toe. Ik ondersteun met vrouwenindemedia.nl vrouwelijke ondernemers bij het genereren van publiciteit. Vrouwen waren in het verleden helaas eerder geneigd om 'nee' te zeggen als ze gevraagd werden voor een interview. Mede hierdoor zijn mannen vijf keer vaker in de media aan het woord en zijn journalisten geneigd om eerder een man te vragen. Op vrouwenindemedia.nl kunnen vrouwen die wel mee willen werken aan interviews zichzelf zichtbaar maken. Op die manier wordt de zoektocht van journalisten naar vrouwelijke deskundigen een stuk makkelijker gemaakt.

Het versturen van een persbericht is een veel gebruikte manier om een gooi naar publiciteit te wagen. Zorg



echter eerst dat je online verhaal klopt met wat je uit wilt stralen. Google jezelf regelmatig. Ben je zichtbaar, geloofwaardig en betrokken? Check je online profielen en website. Indien een journalist een persbericht krijgt, moet het beeld wat hij of zij krijgt kloppen met de online zoekresultaten.

Ben je er online klaar voor? Dan zijn er meerdere dingen die je kunt doen om je kans op publiciteit te vergroten. De white paper '14 tips voor meer zichtbaarheid in de media' is op vrouwenindemedia.nl rechtsonder gratis te downloaden.



Journalisten hebben weinig tijd, maar zijn wel op zoek naar deskundigen met een vernieuwende mening. Welke sterke onderscheidende mening heb jij op je vakgebied? Kan jij deze in 140 karakters verwoorden?

Discussieer mee via de linkedin groep van Brabant Ondernemers

*"Publiciteit draagt bij aan het versterken van je expertisestatus en geloofwaardigheid. Hierdoor neemt je marktwaarde toe."*



**Janneke van Heugten**  
Directeur/initiatiefnemer  
janneke@vrouwenindemedia.nl  
[nl.linkedin.com/in/jannekevanheugten](https://nl.linkedin.com/in/jannekevanheugten)  
[JannekeVIDM](#)

Vrouwenindemedia.nl  
Wullenhovenstraat 25  
3862 WE Nijkerk  
Tel: (06) 246 422 65  
[www.vrouwenindemedia.nl](http://www.vrouwenindemedia.nl)



Een persbericht zonder nieuwswaarde versturen heeft geen zin. Maar wat is nieuwswaarde? Actualiteit en bijzondere verhalen zijn de twee grote pijlers. Hoe groter het maatschappelijk belang, hoe groter de nieuwswaarde. Probeer je tekst dus te vertalen naar maatschappelijk belang. Niet 'Producent X brengt item Y op de markt', maar 'Nieuw medicijn voorkomt 400 doden onder hartpatiënten per jaar'.





Familiebedrijf Vorselaars en zonen uit Tilburg bouwt al bijna 125 jaar speciaal machines en gaat daarin met zijn tijd mee. Aan de technische kant beschikt het bedrijf over veel expertise en is het in staat om de meest complexe constructies te realiseren. Maar wat als afnemers steeds gevoeliger worden voor het uiterlijke plaatje? Reden voor directeur Jos Vorselaars om designers bij het productieproces te gaan betrekken.

# MACHINEBOUWER OP DE CATWALK

VORSELAARS EN ZONEN KOPPELT DESIGN AAN TECHNISCHE EXPERTISE

**D**e machinebouwer had nog geen ervaring in het samenwerken met designers. Syntens Innovatiecentrum was de eerste die Vorselaars stimuleerde om na te denken over de inzet van design. Jos Vorselaars: "We ontdekten bij het opstellen van een innovatieactieplan dat design een belangrijke meerwaarde voor ons kon betekenen. Deelname aan een innovatieproject via Syntens gold als het eerste en succesvolle experiment op dit vlak. Via dit project kwam Vorselaars in contact met communicatiebureau The Progress Factor. Een belangrijke link, zo blijkt later, want deze zorgde voor de eerste

opdracht waarbij design de kern vormt.

## Abstracte metro

Het communicatiebureau vroeg Vorselaars om mee te werken aan een project van Schwarzkopf Professional, die met haar dansers en modellen over de hele wereld reist om nieuwe trendcollecties te presenteren. Een flitsende show, waar ook de attributen niet voor onder doen. Zo zouden dansers zich volgens ontwerp uitleven in een abstracte metro. De organisatie stapte naar Vorselaars met de vraag of hij deze constructie, die niet alleen een groot incasservermogen moest

---

*"Design maakt producten verkoopbaar. Zeker binnen de technische sector is deze combinatie uniek, waardoor het relatief kleine bedrijf nu in staat is om commerciële succesproducten op te leveren."*

---



Jos Vorselaars (l) en Angelo Mulder van Syntens (r)

hebben maar ook makkelijk te transporteren moest zijn, kon produceren. De machinebouwer rekende het ontwerp door en produceerde de metro die in de shows van Schwarzkopf inmiddels onder meer Brazilië en China aandeed.

#### Expertise inzetten

Innovatieadviseur Angelo Mulder van Syntens: "Design maakt producten verkoopbaar. Zeker binnen de technische sector is deze combinatie uniek, waardoor het relatief kleine bedrijf nu in staat is om commerciële succesproducten op te leveren." Er zit dan ook groei in het bedrijf, dat na de recessie het aantal arbeidsplaatsen wil uitbreiden. "We leveren nu nog beter maatwerk en willen die trend voortzetten. In de toekomst gaan we daarom wellicht vaker werk uitbesteden, waardoor meer partijen vanuit hun expertise bijdragen aan het eindproduct," kijkt Vorselaars vooruit. Hij heeft plezier in de nieuwe ontwikkelingen binnen zijn bedrijf en ziet elke opdracht als een uitdaging. "Technisch was er al veel mogelijk, maar we zien nu dat we door de koppeling met designers nog beter tegemoet kunnen komen aan specifieke wensen en eisen van de klant."



#### Syntens Innovatiecentrum

Syntens Innovatiecentrum laat de Nederlandse economie groeien door het versterken van innovatie in het midden- en kleinbedrijf. Syntens maakt ondernemers bewust van de mogelijkheden die zij hebben om te innoveren en helpt ondernemers concreet om daarin stappen te zetten die leiden tot resultaat voor de onderneming. Het grote en persoonlijke netwerk van Syntens zoals kennispartners, ondernemers en brancheorganisaties strekt zich uit over de belangrijkste sectoren van de Nederlandse economie en is regionaal beschikbaar en toegankelijk. Door nieuwe verbindingen binnen dit netwerk te leggen, bijvoorbeeld tussen ondernemers onderling en tussen ondernemers en kennisinstellingen, ontstaan innovaties die resulteren in nieuwe business. Zo dragen de activiteiten van Syntens Innovatiecentrum indirect bij aan een extra omzet bij het Nederlandse bedrijfsleven van enkele honderden miljoenen euro's per jaar.

Nieuwe verbinding, nieuwe business.

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



#### Angelo Mulder

Innovatieadviseur  
angelo.mulder@syntens.nl  
[nl.linkedin.com/pub/angelo-mulder/16/9b1/464](https://nl.linkedin.com/pub/angelo-mulder/16/9b1/464)

Syntens  
Mozartlaan 7  
4837 EH Breda  
Tel: (06) 536 793 29  
[www.syntens.nl](http://www.syntens.nl)



INNOVATIE  
CENTRUM





## HANDEL & WANDEL

Op 21 september 2011 vond in Theater de Schalm het Handel & Wandel Event plaats. Ondernemers handelden met elkaar en gaven daarmee de economie een enorme boost! We vroegen onze ondernemers een concrete vraag te stellen aan collega-ondernemers. De avond bestond uit handelen en zo elkaar helpen om de juiste match te vinden! Handel & Wandel was het event om elkaar te vinden, werk te creëren of anderen in contact te brengen.



## TOP BUSINESS EVENT

Van 22 t/m 30 oktober 2011 vond alweer de tiende editie van Dutch Design Week plaats in Eindhoven. Onder de naam DDW Business bood Dutch Design Week de zakelijke bezoeker een gevarieerd en boeiend programma met workshops, lezingen, congressen en een breed expositiepalet. Zo heeft Brabant Onderneemt in samenwerking met de Dutch Design Week en de WTC-E Zakensociëteit op donderdag 27 oktober het TOP Business Event georganiseerd. Het was een zeer interessante bijeenkomst.

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

# TERUGBLIK



BRABANT ONDERNEEMT

# AGENDA 2012

Brabant Onderneemt heeft binnenkort weer tal van interessante en uitdagende activiteiten op de agenda staan. De genoemde activiteiten zijn onder voorbehoud. Nadere informatie over de verschillende activiteiten, zoals de actuele data en programma, vindt u tijdig terug via de digitale agenda op de website [www.brabantonderneemt.nl](http://www.brabantonderneemt.nl).

## JANUARI 2012: BRABANT BRUIST

2010 vormde het jaar dat ondernemend Brabant klaar was met de crisis en de schouders eronder zette. Dankzij de inzet van bijzonder veel ondernemers binnen het platform kunnen we met recht zeggen: Brabant Onderneemt! En met ondernemen daar zijn we in 2011 gewoon mee verder gegaan! Doet u ook (weer) met ons mee in 2012?

## FEBRUARI 2012: WIE BEN IK?

Iedere ondernemer weet precies wat hijzelf te bieden heeft. Maar weten we dat ook van de ander? Denk jij te weten wie er naast je zit? Ken je eigenlijk iedereen wel zo goed als je denkt? Aan de hand van stellingen en beschrijvingen leren we elkaar tijdens 'Wie ben ik?' op een ludieke manier kennen!

## MAART 2012: NONNEN IN VUGHT

Iedere ondernemer moet in zijn of haar vak communiceren. Of uw communicatiedoelstellingen nu zakelijk of persoonlijk zijn, het streven is altijd om met zelfvertrouwen te kunnen spreken. Taal, dat is ook de passie van Jos Swanenberg, Hoogleraar Diversiteit in Taal en Cultuur. Regina Coeli en Jos Swanenberg zullen tijdens 'Nonnen in Vught' uitgebreid ingaan op de volgende speerpunten; 'taal en cultuur', 'taal en leiderschap', en 'taal en dialect'.

### Wilt u meer weten over 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

**KOMPAKT**


Martin Westerhuis

**Kompakt BVBA**

Industrielaan 12  
2250 Olen België  
Tel: (0032) 142 309 81  
[m.westerhuis@kompakthpl.be](mailto:m.westerhuis@kompakthpl.be)  
[www.kompakthpl.be](http://www.kompakthpl.be)

**RaedsHeeren**


Marc Glaser

**RaedsHeeren BV**

Franse Akker 21  
4824 AL Breda  
Tel: (06) 533 780 60  
[contact@raedsheeren.nl](mailto:contact@raedsheeren.nl)  
[www.raedsheeren.nl](http://www.raedsheeren.nl)

**SECURE BEVEILIGING**


Rico Kasimberg

**Secure Beveiliging BV**

Willem Rosestraat 18  
5622 GH Eindhoven  
Tel: (040) 842 63 78  
[info@securebeveiliging.nl](mailto:info@securebeveiliging.nl)  
[www.securebeveiliging.nl](http://www.securebeveiliging.nl)



Milan Babin

**IAK verzekeringen**

Postbus 90165  
5600 RV Eindhoven  
Tel: (040) 261 18 21  
[milan.babin@iak.nl](mailto:milan.babin@iak.nl)  
[www.iak.nl](http://www.iak.nl)

**rr**
**robert en rademaker**  
creatie en consult


Martieke Hikspoors

**Robert en Rademaker**

Scherpakkeweg 8  
5616 HP Eindhoven  
Tel: (040) 235 01 52  
[marlieke@robertenrademaker.nl](mailto:marlieke@robertenrademaker.nl)  
[www.robertenrademaker.nl](http://www.robertenrademaker.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.

# keizer culinair



(H)EERLIJK KOKEN BIJ KEIZER CULINAIR!

## Nieuwjaarsaanbieding

Boek nu een Groepskookles voor in januari 2012!

En ontvang een GRATIS nieuwjaarsborrel en een Keizer Culinair kookschort cadeau! Kijk voor deze aanbieding en de voorwaarden op [www.keizerculinair.nl](http://www.keizerculinair.nl).

---

VERGADERINGEN | GROEPSKOOKLESSEN | WIJNPROEVERIJEN



MILL-NIJMEGEN



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

tel: 020-4279276



DEN BOSCH

**OP 10 TOPLOCATIES IN HEEL NEDERLAND**



# "SCHOUDER AAN SCHOUDER"

De mens is een ingenieus wezen. Ons hele lijf staat bol van prachtige systemen die maken dat wij hebben weten te overleven door de eeuwen heen. We zijn alert en we hebben diverse signaleringssystemen die zorgen dat we onderscheid kunnen maken tussen verschillende situaties en de manier waarop we daarop kunnen reageren. Maar juist de capaciteit om zaken van elkaar te kunnen onderscheiden maakt dat we verschillen zien. Ontdekken dat iets of iemand anders is dan jij levert ons helaas meer pijn op dan plezier. De geschiedenis staat stijf van voorbeelden die bewijzen dat de mens veel moeite heeft om met 'DE ANDER(s)EN' om te gaan. Vaak resulteert het zelfs in oorlog. Daar waar verschil ontstaat, volgt conflict. Verschil in taal, huidkleur, afkomst, herkomst, religie, seksuele geaardheid, team, afdeling of politieke voorkeur.

---

*"We omringen ons liever met 'gelijken' dan dat we ons door verschil laten verrijken."*

---

Als we maar genoeg van dezelfde bij elkaar krijgen kunnen we de 'ander' overwinnen. Dan hoeven we nooit bang te zijn dat wij moeten veranderen. Het WIJ/ZIJ-syndroom is het hart van alle oorlogen en conflicten in onze geschiedenis. De snelheid waarop het 'verschil'-denken kan ontstaan is beangstigend. In mijn trainingen ben ik soms genoodzaakt mijn publiek op te delen in subgroepjes. Ineens lijkt, de tot voor de verdeling zo eensgezinde en homogene groep, een plotselinge vijandigheid tot elkaar te ontwikkelen. Zelfs wanneer er geen competitief

element in een oefening zit vliegen ze elkaar toch in de haren. Binnen luttele minuten veranderen nette, bedachtzame, goed opgeleide professionals in smiechterige, licht ontvlambare pestkoppen. Een ander ludiek voorbeeld komt uit de annalen van 'The Planet of the Apes'. De originele film met Charlton Heston, geregisseerd door Franklin Schaffner. In die film zijn een 3-tal soorten apen te zien; chimpansees, orang-oetangs en gorilla's. Naast de professionele acteurs werden veel van deze apenpakken 'bewoond' door dansers, studenten en sporters. Wat bleek echter, tijdens de lunch gingen de apen niet zitten bij hun vrienden van de betreffende dansgroep, school of voetbalteam maar op soort aap. De chimpansees zaten bij de chimpansees, de gorilla's bij de gorilla's en de orang-oetangs bij de orang-oetangs. Verschil is eng, gelijkheid verbreedt.

Maar in verschil zit waarde, verschil geeft groei, verschil voedt creativiteit, verschil is enerverend en spannend. Als we het wij/zij-denken kunnen omturnen naar win/win-denken creëren we een voedingsbodem voor synergie. Als we de afstand tussen individuen, teams, bedrijven, landen, ideologieën, geaardheid en geloofsovertuigingen weten te verkleinen staan er mooie dingen te gebeuren. Schouder aan schouder, met vereende krachten. Bereken je voordeel maar eens wanneer er meer WIJ-sheid zou bestaan tussen jouw medewerkers, afdelingen, vestigingen, toeleveranciers, gezinsleden en (schoon)familie.

Remco Claassen

column





# ONDERNEMEN IS TOPSPORT

BEN JIJ ER KLAAR VOOR?

Net als in de sport gaat het bij ondernemen om RESULTAAT. Hoe beoordeel je dan jezelf en hoe beoordeel je medewerkers? Als je het eenvoudig wilt houden, wees dan sportief en stuur simpel op resultaat. Dat is de meest directe weg naar succes. Vertel wat het beoogde resultaat is – benoem het – maak dan duidelijk dat je dat echt wilt hebben en organiseer het.

## Hard werken noodzakelijk?

Hard werken is de eerste factor voor succes. Je kunt niet het werken vermijden en zo verwachten ooit succesvol te zijn. Je moet bereid zijn hard te werken voor je succes. Dit is een essentiële factor. Kijk naar topsporters: ze trainen en trainen en trainen om hun prestaties verder te verbeteren. Meer werk verzetten is hierbij niet het enige wat ze te doen staat; het gaat er vooral om dingen steeds beter te doen en steeds slimmer te werken. Uit opiniepeilingen onder Eindhovense ondernemers blijkt dat ook ondernemers altijd bezig zijn met verbeteren.

## Vakkundigheid en...?

Ondernemers zijn vaak vakmensen die zelf topprestaties kunnen leveren. Daarom zijn ze voor zichzelf begonnen en geven ze leiding aan anderen.

Als ondernemer kun je echter niet volstaan met 'slechts' een goed vakman te zijn. Naast je core business is acquisitie vereist, net zoals kennis van P&O, verkoop, financiën, leidinggeven en nog veel meer. Een evenwichtige verdeling van rollen en kennisgebieden vormt naast vakken de kracht van een succesvolle organisatie.

## Een veel voorkomend probleem.

Als bekwaam persoon en ondernemer kun je hard werken, je vak goed uitoefenen en veel werk verzetten. Maar op een gegeven moment doe je alles wat in je vermogen ligt en bereik je een maximum. Hoe kun je nu werkzaamheden overdragen zonder dat er iets fout gaat?

De centrale vraag waar veel ondernemers mee worstelen is dan ook: "hoe zorg ik ervoor dat het goed gaat als ik iets aan een ander overlaat?". Of, met andere woorden: "hoe manage ik mensen?".



Meer informatie omtrent dit onderwerp is te vinden in mijn blog [advanbuel.wordpress.com/2011/11/17/communicatie-topsport/](http://advanbuel.wordpress.com/2011/11/17/communicatie-topsport/)





### Ondernemen: een individuele prestatie?

Ondernemen is topsport – maar let wel, het is een teamsport. Bij teamsport ligt de nadruk niet op het persoonlijk succes van individuen; de focus ligt bij het gemeenschappelijk resultaat. Het resultaat van het team als geheel waaraan elk individu zijn of haar eigen stukje heeft bijgedragen en waarbij elk stukje even belangrijk is.

### Hard werken prioriteit voor de manager?

De belangrijkste taak van de manager is niet hard werken. Nee, die is: zorgen

dat je mensen het werk gedaan krijgen. Je moet in staat zijn je ideeën met een vonkje over te brengen op anderen zodat zij begrijpen wat je bedoeling is en zodoende gaan bijdragen aan wat je probeert te realiseren. Of je ideeën inderdaad goed overkomen, valt of staat met de kwaliteit van je communicatie. Goede, effectieve communicatie werpt zijn vruchten af. Je creëert begrip waardoor je ervan op aan kunt dat iedereen hetzelfde doel voor ogen heeft. Jouw doel.

Dus, waar hoort je focus te liggen als je als ondernemer succesvol wilt zijn? Een positief resultaat, een prestatie op topniveau valt dus te behalen door ook je communicatie op topniveau te laten werken. Ook dat vergt hard werken, maar... het resultaat mag er dan ook wezen.

Oxford Bedrijfssucces organiseert in de eerste maanden van 2012 een driedaagse communicatietraining voor ondernemers: Communicatie TopSport. Topsport, omdat er drie dagen lang intensief wordt gewerkt aan de eigen vaardigheden en aan die



Ontdek je persoonlijke succesformule, ga naar: [www.checkuwsucces.nl](http://www.checkuwsucces.nl)  
Password niet nodig.

Oxford zal je uitnodigen om het resultaat te bekijken

van anderen. Drie dagen lang sleutelen aan het beter en slimmer communiceren.

Gemotiveerde ondernemers krijgen nu de kans om tijdens een van deze weekenden tegen een sterk gereduceerd tarief deel te nemen aan deze intensieve communicatietraining. Wat houdt het in? Drie dagen hard werken (en veel plezier) voor een blijvend resultaat en een nieuwe, frisse kijk op de eigen organisatie.



Welke tips heb je om de interne communicatie in het bedrijf te verbeteren? Wat kun je als ondernemer doen om ervoor te zorgen dat je boodschap overkomt zoals die bedoeld is?

Discussieer mee via de linkedin groep van Brabant Ondernemt



**Ad van Buel**  
Algemeen Directeur  
[ad@oxfordtraining.nl](mailto:ad@oxfordtraining.nl)  
[AdvanBuel](#)  
[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**

# MEER DAN ALLEEN CREDITMANAGEMENT!

DE VISIE VAN JANSSEN & JANSSEN INCASSO & GERECHTSDEURWAARDERS

De incasso- en gerechtsdeurwaardersbranche is bijzonder. Dit omdat politieke ontwikkelingen veelvuldig invloed hebben op wat er kan en mag. Bovendien is de branche bijzonder omdat veel spelers worstelen met het zoeken naar een onderscheidende positionering. Het lijkt maar lastig om door de bril van de ondernemer te kijken. Dit omdat je als organisatie dan echt de focus moet verleggen. Janssen & Janssen Incasso & Gerechtsdeurwaarders is hierop een uitzondering in positieve zin. In een hevig concurrerende markt weet Janssen & Janssen zich steeds meer te onderscheiden. Dit omdat ze luistert naar ondernemers en daardoor snapt wat de markt graag wil. Toine van den Oetelaar is Commercieel Directeur bij Janssen & Janssen en vertelt over de verschuiving van een traditioneel gerechtsdeurwaarderskantoor naar een totaalaanbieder.

*"De kern van onze succesvolle aanpak is samen te vatten in twee elementen: 'visie' en 'lef'."*

## Janssen & Janssen

Om een indruk te geven: in ruim twintig jaar is Janssen & Janssen Incasso & Gerechtsdeurwaarders uitgegroeid tot een totaalaanbieder als het om genereren van cashflow gaat. De organisatie is met 7 vestigin-

gen en 150 medewerkers sterk vertegenwoordigd in Zuid-Nederland. Toine van den Oetelaar is als Commercieel Directeur de laatste jaren nauw betrokken geweest bij het formuleren en uitwerken van de visie van de organisatie. Vol passie vertelt

Van den Oetelaar over deze periode: "Inmiddels ben ik drie jaar werkzaam bij Janssen & Janssen. Het mooie van deze organisatie is dat ze open staat voor een nieuwe aanpak. Dat maakt Janssen & Janssen tot een inspirerende werkomgeving. Veel collega's in de branche denken nog teveel vanuit de tradities van het ambt, terwijl de focus juist op je doelgroep moet liggen. Janssen & Janssen heeft dit goed begrepen. Het gevolg is dat er een geweldige uitdaging ligt, waar wij inmiddels op een goede manier invulling aan hebben gegeven."

## Werken vanuit een visie

Inmiddels behoort Janssen & Janssen tot de top 6 gerechtsdeurwaarderskantoren in Nederland. Wat Van den Oetelaar betreft, zal het daar niet bij blijven: "De kern van onze succesvolle aanpak is samen te vatten in twee







elementen: 'visie' en 'lef'. Janssen & Janssen durfde als eerste de 'deurwaardersjas' uit trekken en op de stoel van de ondernemer te gaan zitten.

Daarmee zijn we een echte uitdager. Zo was Janssen & Janssen de eerste speler in de branche met een volledig gedigitaliseerd kantoor. Vandaag de dag hebben we nog steeds die pioniersrol. We werken vanuit een gedegen visie en hebben de ambitie om de beste en snelst incasserende creditmanagementorganisatie te zijn.

Dat durven we ook uit te spreken. Het tekent de gretigheid van onze organisatie. We zien dat we goede resultaten boeken met onze aanpak. De komende jaren verwacht ik dat de groei doorzet, al blijven we natuurlijk wel kritisch. Groei moet natuurlijk wel het juiste rendement opleveren."

#### **Onderscheidend vermogen zichtbaar maken**

John van Dommelen is als Rayon Manager verbonden aan Janssen & Janssen. Doordat hij dagelijks met ondernemers om de tafel zit, weet hij precies waar de behoefte van de ondernemer ligt. Een solide onderneming vertaalt visie naar het juiste beleid en maakt het onderscheidend vermogen zichtbaar. Dit geldt natuurlijk ook voor Janssen & Janssen.

Van Dommelen beaamt dit: "Daar ben ik het zeker mee eens. Wij denken niet in hokjes. Ons dienstenpakket gaat verder dan louter het incasseren van vorderingen. Janssen & Janssen biedt juist een totaalpakket. Onze divisie Juridische Zaken ondersteunt ondernemers bij de meest voorkomende zakelijke geschillen. Denk bijvoorbeeld aan arbeidsrecht,

aansprakelijkheid en huurrecht. Ook zijn we vergesovorderd met het lanceren van een nieuwe divisie opleidingen, waarmee we op maat gemaakte trainingen kunnen bieden aan debiteurenafdelingen. Een ander recent voorbeeld is onze online factureringsmodule, waarmee wij in 2012 de markt op gaan. Daarmee kunnen wij ondernemers optimaal ontzorgen, zodat zij zich helemaal op hun passie 'het ondernemen' kunnen storten."

Janssen & Janssen  
Incasso & Gerechtsdeurwaarders  
Avignonlaan 9  
5627 GA Eindhoven  
(040) 290 38 07  
[www.janssen-janssen.nl](http://www.janssen-janssen.nl)

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.



### MAXIMALE AANDACHT!

Martijn van Riel van Bazelmans AVR en Niels Braat van Braat en Oerbekke B.V. hebben de fabric\_frame® LCD\_rental geïntroduceerd. Bazelmans AVR is specialist in de verkoop en verhuur van audiovisuele producten, Braat en Oerbekke B.V. op het gebied van visuele communicatie en het product fabric\_frame®.

### Een goed idee

Tijdens een netwerkbijeenkomst van Brabant Onderneemt is het idee ontstaan, waarna de ondernemers besloten de handen ineen te slaan. Martijn van Riel: "Net als Philips en Douwe Egberts, zijn we letterlijk twee van onze producten gaan mixen tot een nieuw product. Al jaren staan er op beurzen en events LCD monitoren op een statief om een boodschap over te brengen. Vaak zonder een mooi en indrukwekkend resultaat: de schermen lijken wel hokjes met een ratjetoe aan verschillende systemen. Hier bieden we nu een aantrekkelijk alternatief voor aan."



### DE PERFECTE MATCH

Sinds de beginfase zijn Michiel van Gog en Marieke Knoben actieve deelnemers van het netwerkplatform Brabant Onderneemt. Marieke en Michiel, beide Brabanders en werkzaam als Managing Consultant bij Personato, hebben vanuit het platform al diverse samenwerkingsverbanden op het gebied van werving en selectie naar tevredenheid gerealiseerd.

Een mooi voorbeeld is de samenwerking met Janssen en Janssen gerechtsdeurwaarders. In de afgelopen twee jaar heeft Personato succesvolle bemiddelingen gerealiseerd voor een aantal uiteenlopende functies. Dit betreft onder andere incassospecialisten, accountmanagers en stafposities. In 2011 is deze samenwerking door bewezen succes bezegeld in een preferred suppliership. Het platform Brabant Onderneemt heeft ervoor gezorgd dat twee organisaties elkaar hebben gevonden, die in eerste instantie wellicht niet zo makkelijk bij elkaar waren gekomen.



**Uitgave van**  
DeltaZuid B.V.  
Postbus 536  
5600 AM Eindhoven  
mail@deltazuid.nl  
www.deltazuid.nl

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

**Hoofredactie**  
Jenna Driessen  
jenna@brabantonderneemt.nl

**Eindredactie**  
Frank Cuijpers  
frank@brabantonderneemt.nl

**Redactiemedewerkers**  
Geert van den Eijnden, Niels Vanaken,  
Frank Cuijpers, Thijs Dorssers,  
Jenna Driessen, Claire van den Brekel,  
Detlef La Grand, Jeroen Veldkamp,  
Wouter Stermerdink, Richard Lamb,  
Marco Tramonte, Bart van Zuuk,  
Janneke van Heugten, Bas Ijpelaar,  
Rob Hoeks, Angelo Mulder, Remco Claassen,  
Ad van Buel, Toine van den Oetelaar.

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

**Cover fotografie**  
Frans van Lieshout Fotografie

**Fotografie**  
Frans van Lieshout Fotografie  
Fotografiebureau Photo40  
Melinda-lou van der Linden (pag. 27)  
Tom van Zeeland

**Vormgeving**  
DeltaZuid B.V.  
Bart Heijman Producties

**Drukwerk:**  
\*van de Garde | Jémé, Eindhoven

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

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

**Adreswijzigingen**  
Adreswijzigingen doorgeven aan Brabant  
Onderneemt.

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

**Copyrights**  
Niets uit deze uitgave mag op welke wijze  
dan ook worden vervaelvoudigd zonder  
voorafgaande schriftelijke toestemming  
van de uitgever en andere auteursrecht-  
hebbenden.

**ISSN**  
Print: 1897-7067  
Online: 1879-7075





# VELDKAMP

P R O D U K T I E S



## COMMERCIALS OPDRACHTFILMS ANIMATIES VRIJE PRODUCTIES TV PRODUCTIES WEBVIDEO'S PRODUCTPRESENTATIES

Veldkamp Producties BV produceert in opdracht van bedrijven, omroepen, instellingen en (semi)overheid diverse film-, televisie-, videoproducties, commercials en animaties. De audiovisuele producties variëren van dynamische corporate (mood)films, productpresentaties, voorlichting- of instructiefilms, documentaires, tv-series, sfeervolle registraties, webvideo's tot effectieve Europese en Nationale commercials.

Neem voor meer informatie gerust even contact met ons op of bezoek onze website:

**WWW.VELDKAMPPRODUKTIES.COM**



Veldkamp Producties BV | Science Park Eindhoven 5530 | 5692 EL Son  
Tel. 040 - 368 27 60 | Fax 040 - 368 27 62 | [info@veldkampproducties.com](mailto:info@veldkampproducties.com)