



Met de opmars van de E-bike groeit de vraag naar elektrische oplaadpunten.

Ook daghorecabedrijf profiteert zelf van opgewekte stroom voor E-bikes

Groene oplaadpunten met aantrekkelijke subsidie

Door Marleen van de Laar

De elektrofiets of E-bike is dé fietstrend. Dankzij de elektrische aandrijving legt iedereen - ongeacht leeftijd - met gemak kilometers af door het Limburgs (heuvel)landschap.

Met de opmars van de E-bike groeit echter ook de vraag naar elektrische oplaadpunten. Dankzij een nieuwe subsidieregeling wordt het voor daghorecabedrijven nu wel héél aantrekkelijk om op deze trend in te spelen.

berijders van e-scooters en scootmobielen, tijdens het opladen het terras opzoeken of binnenwandelen voor een drankje of hapje. Het opladen van een lege accu duurt namelijk zo'n 2,5 uur.

Gevelbord

De subsidie is dermate hoog dat ondernemers zelf een relatief klein bedrag hoeven bij te leggen. Het oplaadpunt bestaat uit een oplaadzuil die tegen een stootje kan en een setje van twee zonnepanelen op het dak. Omdat de opgewekte stroom gelijk weer in het bedrijf wordt gebruikt, kost het de ondernemer per saldo geen of nauwelijks stroom om het oplaadpunt te voeden.

Bij de regeling zit ook nog een gratis gevelbord inbegrepen met de tekst: 'Oplaadpunt op zonne-energie'. Zodat fietsers de onderneming al van een afstandje signaleren.

Fietsers Welkom

De subsidieregeling is bedoeld voor daghorecabedrijven die maximaal 1 kilometer van het knooppuntennetwerk

of LF-netwerk liggen. Verder moeten deze bedrijven voldoen aan de criteria van Fietsers Welkom, het nieuwe landelijke keurmerk voor fietsvriendelijke horeca- en recreatiebedrijven. De subsidievouchers worden verstrekt tot uiterlijk 1 januari 2013 en het aanbod is geldig zolang de voorraad strekt.



Diefstal, fraude, afpersing

Bespreek misstanden met de Vertrouwenslijn:
06-22 96 27 71.
Voor ondernemers, werkgevers én werknemers.

Startpakket voor export

Een goede voorbereiding vergroot uw kansen op succesvolle export. Maar waar vindt u de juiste informatie? Waar kunt u terecht voor advies?

Om het voor ondernemers met internationale ambitie zo makkelijk mogelijk te maken, hebben Agentschap NL, Kamer van Koophandel, Syntens en de Metaalunie hun informatie en advies gebundeld en gezamenlijk het Startpakket ontwikkeld. Het pakket bestaat uit drie onderdelen waarop naar eigen inzicht een beroep kan worden gedaan:

- Het dossier 'Starten met exporteren'
- De exportcheck
- Starters International Business (SIB)



Ondernemers in mineur

Ook in Limburg zijn de gevolgen van de slechte economische situatie merkbaar. Vooral de winstgevendheid van het bedrijfsleven staat onder druk, blijkt uit de tweede meting van de Conjunctuurenquête Nederland (COEN) in 2012.

Terugkijkend op het eerste kwartaal blijkt dat slechts 7 procent van de Limburgse ondernemers een verbetering van het economisch klimaat heeft ervaren. Ongeveer een derde zag een verslechtering. De verwachtingen voor het lopende kwartaal zijn iets beter. (Lees verder op pagina 3).

Extra service

De subsidieregeling is een initiatief van Kamer van Koophandel Limburg, Provincie Limburg en de Toeristisch-Recreatieve OntwikkelingsMaatschappij (TROM). Doel is om horecaondernemers te helpen nog meer klanten naar hun locatie te trekken door het groene oplaadpunt als extra service aan te bieden. Grote kans dat fietsers, maar ook

Sociale netwerken zorgen voor omzet

Nog maar weinig zzp'ers laten de sociale media links liggen. Voor 80,2 procent van de zzp'ers in Nederland zijn sociale netwerken een kanaal om omzet te genereren. Dat blijkt uit een rapport van onderzoeksmotor ZBP Barometer.

Binnen de sociale netwerken zijn LinkedIn, Twitter en Facebook de grootste omzetkanalen. Toch netwerk nog 10,9 procent van de zzp'ers voornamelijk offline, vooral vanwege het persoonlijk contact. Bijna 15 procent van de ondervraagde zzp'ers net-

werkt helemaal niet, bijvoorbeeld vanwege voldoende opdrachtgevers. Het grootste deel van de zzp'ers combineert online en offline netwerken. (Zie ook de themapagina 13).




weijmans
media groep

creatie en realisatie
van reclame- en
mediaconcepten

www.weijmans.com

GRATIS ANALYSE
TER WAARDE VAN
1500 EURO!

www.maastricht-bereikbaar.nl/mkb



MAASTRICHT-BEREIKBAAR.nl
SLIM WERKEN SLIM REIZEN

Vacature plaatsen?
Eenvoudig?
Lage kosten?
 limburgvac.nl

**Dé kruiwagen naar de
Limburgse arbeidsmarkt**

WOLFS
ADVOCATEN

Logistiek & Handel
043-3561570
www.wolfsadvocaten.nl

Samenwerking Ondernemers Vakdagen en MKB Limburg

Op 25, 26 en 27 september vindt in Evenementenhal Venray de tweede editie plaats van Ondernemers Vakdagen. Na een geslaagd debuut in 2011 (meer dan 5000 bezoekers), zal deze business-to-business beurs opnieuw een netwerkpodium bieden aan zakelijk Limburg en Brabant.

MKB Limburg en Evenementenhal hebben de handen ineen geslagen en rondom de beurs twee initiatieven ontplooid. Zo zal er gedurende het evenement het 'MKB Limburg Ondernemersplaza' zijn. "Op dit plein zullen drie dagen lang presentaties plaatsvinden, die voor ondernemers actueel en relevant zijn", aldus Robert Hoelen, Beursorganisator bij Evenementenhal en verantwoordelijk voor de organisatie van Ondernemers Vakdagen. "Deze beurs is voor iedere ondernemer interessant, omdat hij er alles vindt wat hij nodig heeft. Van reclame tot automatisering, en van schoonmaak tot verzekeringen", vervolgt Hoelen. "Naast de ruim 100 standhouders, is het MKB Limburg Ondernemersplaza een mooie extra informatiebron voor de bezoekers. De presentaties zorgen voor een stukje extra verdieping. Zo worden de gevaren van Social Media behandeld en is er bijvoorbeeld ook een presentatie over het creëren van onderscheidend vermogen."

Het andere initiatief dat ontstaan is, is de uitreiking van de 'Best product of MKB Noord-Limburg'. "Deze prijs zal uitgereikt worden aan een lid van MKB Noord-Limburg, dat een innovatief, uniek en maatschappelijk betrokken product of dienst heeft", vertelt Mathias

Brockmann van MKB Limburg. "De besturen van de verschillende afdelingen van MKB Noord-Limburg nomineren elk een bedrijf. Tijdens het ondernemerscongres van MKB Limburg, dat plaatsvindt op 25 september in het congrescentrum van Evenementenhal, presenteert ieder genomineerd bedrijf zich aan de bezoekers van het congres, die vervolgens een stem mogen uitbrengen. 's Avonds op de beursvloer wordt dan de winnaar bekend gemaakt op het MKB Limburg Ondernemersplaza."

Brockmann geeft aan dat een samenwerking met Ondernemers Vakdagen voor hem logisch is. "Deze beurs past precies bij onze doelgroep, de MKB-ondernemer. Het is niet alleen een prima mogelijkheid voor ondernemingen om hun producten of diensten te presenteren aan een breed zakelijk publiek, het is ook een uitstekend moment om te netwerken met andere ondernemers uit de



hele provincie, en niet te vergeten, met ondernemers uit Brabant."

"Informeren, netwerken en inspireren zijn dan ook de kernwoorden van het evenement", vervolgt Hoelen. "Wij ontzorgen onze standhouders overigens volledig middels onze fullservice formule.

Voor een vast en betaalbaar bedrag bouwen wij een geheel verzorgde standaard stand, zorgen wij voor gratis catering zowel voor standhouders als bezoekers en nodigen we alle relaties uit die de standhouder op de beurs zou willen zien. Om onze gastvrijheid



te completeren is parkeren altijd gratis bij ons. Overigens hebben we dit jaar twee extra thema's. Zo is er het 'Duitsland plein' waar grensoverschrijdend ondernemen centraal staat, en bieden we met de 'leasestraat' de mogelijkheid aan ondernemers om zakelijke

modellen te bewonderen van verschillende automerken."

Meer info over deelnamegelegenheden en bezoekersinformatie is te vinden op de website van Evenementenhal Venray: www.evenementenhal.nl/venray.

HEERLEN

Bedrijvige stad in het hart van de Euregio!

Wie een plek zoekt voor zijn onderneming, zoekt een thuis voor zijn bedrijf.
Wie succes nastreeft, zoekt een prettige leefomgeving voor zijn personeel.
Wie een toplocatie zoekt voor zijn bedrijf, komt terecht in Heerlen!

Heerlen is een bruisende stad midden in het groen.
Een stad die nieuwkomers hartelijk in haar samenleving opneemt.

Wij nodigen u uit om kennis te maken met deze stad, een jonge levendige stad waar veel mogelijk is. Neem daarom een kijkje op www.zakelijk.heerlen.nl om zelf te ontdekken wat Heerlen u te bieden heeft!



Bedrijven HEERLEN
contactpunt

telefoon: 045-560 48 88
email: bcp@heerlen.nl
www.zakelijk.heerlen.nl



KvK start project Innoverend Ondernemerschap

Is mijn bedrijf nog bij de tijd?

Door Jos Cortenraad

Limburg telt ruim 3.500 ondernemers die hun brood verdienen in de toeristische branche. Ze barsten van de ideeën, maar te veel plannen blijven wegens tijdgebrek op de plank liggen. Reden voor Kamer van Koophandel Limburg om het project Innoverend Ondernemerschap op te starten. “We willen het mkb helpen met kennis,” zegt projectcoördinator Paul Elshout.

De Limburgse Kamer heeft in het verleden met verschillende partners diverse projecten in de markt gezet om de kwaliteit van de toeristische accommodaties in de provincie te verbeteren. Meestal ging het dan om investeringen in bijvoorbeeld nieuwe attracties, sanitaire voorzieningen, hotelkamers en faciliteiten voor fiets- en wandelroutes.

Klankborden

“Succesvolle regelingen,” zegt Paul Elshout, “waar veel ondernemers gebruik van gemaakt hebben. Deze regeling is anders. We zetten niet in op de cofinanciering van fysieke ingrepen bij een accommodatie, we willen kennis leveren. We klankborden met de ondernemer over zijn bedrijf, bespreken knelpunten en ideeën, en bekijken - eventueel met extern advies - of plannen levensvatbaar zijn dan wel nader uitgewerkt moeten worden. Voor de verdere uitvoering verwijzen we naar andere regelingen en financieringsmogelijkheden.”

Samenwerking

In het project Innoverend Ondernemerschap werkt de KvK samen met de brancheorganisaties Recron, Koninklijk Horeca Nederland en Hiswa. Ook de SVL (Samenwerkende VVV's Limburg) neemt deel. Provincie Limburg en de Toeristisch Recreatieve Ontwikkelings-

Geïnteresseerde ondernemers kunnen contact opnemen met Paul Elshout, 088-9876 482 pelshout@limburg.kvk.nl

maatschappij (TROM) dragen financieel bij. In totaal is met het project 250.000 euro gemoeid; de KvK verzorgt de coördinatie, het secretariaat en administratie. “De brede samenwerking is belangrijk voor de slaagkans. De branches kennen hun leden, ze weten waar de pijnpunten zitten en wat er leeft. Zij benaderen hun leden voor een eerste gesprek. Wie als ondernemer belangstelling heeft kan ook zelf instappen.”

Inspiratiebijeenkomsten

In mei is het project losgetrokken. De komende jaren worden enkele honderden mkb'ers door de brancheorganisaties benaderd. “Het begint ermee dat ondernemers eens even achterover leunen en goed nadenken over hun bedrijf. Samen met een expert in de spiegel kijken. Is mijn bedrijf nog bij de tijd? Wat kan er beter of anders? Ben ik klaar voor de toekomst? Moet ik innoveren en heb ik zelf plannen? Zijn die reëel? Met ondernemers die concreet verder willen, gaan we inspiratiebijeenkomsten opzetten. Een andere stap is een serie work-

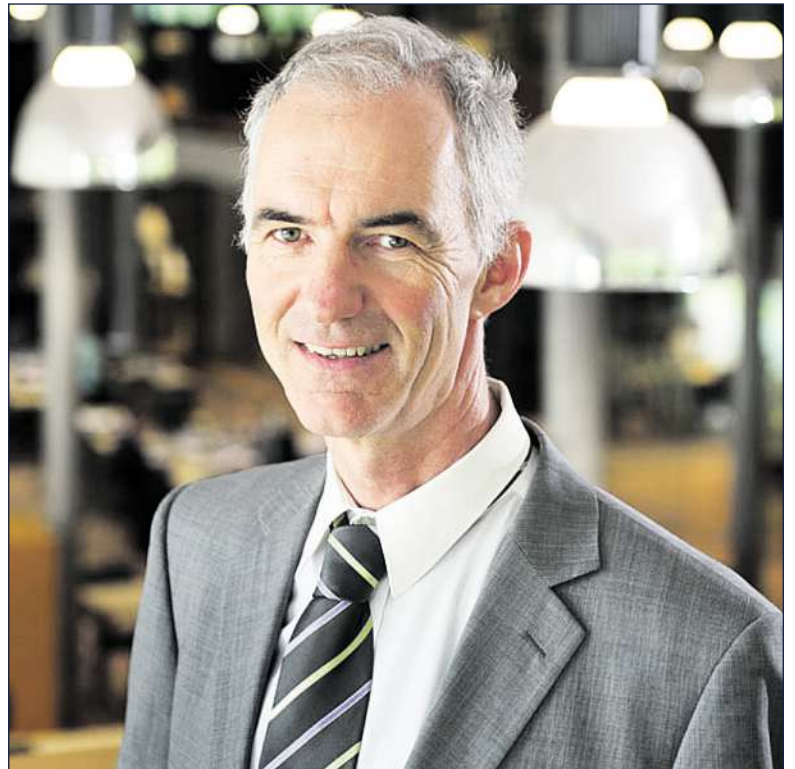
shops. In drie of vier bijeenkomsten bespreken we knelpunten en oplossingen daarvoor. De workshops worden begeleid door deskundigen op diverse vlakken. Deelnemers krijgen ook huiswerk mee en het is de bedoeling dat ze van elkaar leren. De bijeenkomsten zijn niet vrijblijvend; de deelnemers betalen ook een eigen bijdrage.”

Investeringsplannen

Paul Elshout rekent op minstens honderd deelnemers aan zowel de inspiratiebijeenkomsten als workshops. Uiteindelijk moeten er aan het einde van het project tussen de 50 en 75 concrete investeringsplannen op tafel liggen. “Uitgewerkte plannen waarvoor wij de kennis en de specialisten leveren. Denk daarbij aan markt- en haalbaarheidsonderzoeken, investeringsbegrotingen, marketingplannen, enzovoort. Hiervoor hebben we budget vrijgemaakt voor het inhuren van externe adviseurs.”

75 vouchers

In totaal zijn 75 vouchers van elk 1.000 euro beschikbaar, weet woordvoerder Frank Verkoijen van brancheorganisatie Recron. De ondernemer zelf betaalt 500 euro. “Natuurlijk hadden wij graag wat hogere bedragen gezien, maar het geld is in deze tijd nu eenmaal schaars. Wij vinden dit als Recron een goed initiatief waaraan we heel graag meewerken. Innovatie is in de toeristische sector van levensbelang. De concurrentie is groot, ondernemers moeten vernieuwen. Jezelf een spiegel voorhouden en samen met goede adviseurs aan de slag gaan, dat is een uitstekend uitgangs-



Paul Elshout: “Het gaat erom de kwaliteit van het toerisme in Limburg naar een hoger plan te brengen.”

punt. We verwachten veel van dit project.”

Hoger plan

Voor financiering en eventuele subsidies wordt de ondernemer verwezen naar andere instanties. Eén mogelijkheid is Provincie Limburg die voor een periode van drie jaar 600.000 euro beschikbaar heeft als cofinanciering voor innovatieve toeristische investeringen. “Wij zitten dus in de fase daarvoor,” besluit Paul Elshout. “We leveren kennis,

we helpen bij innovatieve ideeën. Het gaat erom de kwaliteit van het toerisme in Limburg naar een hoger plan te brengen. Leisure past misschien niet direct in het zogenoemde topsectorenbeleid, maar leisure is wel een economische factor van belang in Limburg. Goed voor een omzet van 2,5 miljard euro en ruim zeven procent van de werkgelegenheid. Meer dan de moeite waard om in te investeren.”



www.arcuscollege.nl
www.leeuwenborgh.nl

Meeste Limburgse ondernemers somber

Ook in Limburg zijn de gevolgen van de slechte economische situatie merkbaar. Vooral de winstgevendheid van het bedrijfsleven staat onder druk, blijkt uit de tweede meting van de Conjunctuurenquête Nederland (COEN) in 2012.

Terugkijkend op het eerste kwartaal blijkt dat slechts 7 procent van de Limburgse ondernemers een verbetering van het economisch klimaat heeft ervaren. Ongeveer een derde zag een verslechtering.

Bouw

De verwachtingen voor het lopende kwartaal zijn iets beter. Ongeveer 12 procent van de ondernemers denkt dat

het economisch klimaat verbetert. 21 procent verwacht nog steeds een verslechtering. De bouwbedrijven zijn het meest pessimistisch, zowel in Limburg als in de rest van Nederland. De enige sectoren die enigszins herstel verwachten, zijn de industrie en de vervoerssector.

Omzet

De in het eerste kwartaal gerealiseer-

de omzetcijfers zijn vrijwel gelijk aan die van eind 2011. Een op de vijf ondernemers geeft aan dat de omzet is toegenomen. Ongeveer een kwart rapporteert een daling van de omzet. De verwachtingen voor de omzet in het tweede kwartaal zijn best aardig. Een kleine 30 procent van de ondernemers verwacht omzetstijging, terwijl 15 procent denkt dat de omzet gaat afnemen. Een ruime meerderheid van de ondernemers (75 procent) verwacht een stabilisatie van het personeelsbestand.



www.kvk.nl/coenlimburg

COMMERCIELE ADVOCATEN VOOR SUCCESVOLLE ONDERNEMERS

CLERX van ROY advocaten

T 046 4363388 | www.cvradvocaten.nl

KOEL-EN-AIRCO-SERVICE

Koeltechniek en Airconditioning

KAS

Elsloo 046-4360000
www.koel-enaircoservice.nl

Opinie

Contouren Ondernemersplein meer en meer zichtbaar

Nu het dossier van het Ondernemersplein, met daarin de te vestigen nieuwe Kamer van Koophandel, niet controversieel is verklaard door de Tweede Kamer, loopt het wetgevings-traject vermoedelijk geen vertraging op en staat er in 2014 “gewoon” een nieuwe organisatie. Nog héél even, en de zelfstandigheid van de Limburgse KvK is na ruim twee eeuwen ter ziele. De twaalf huidige Kamers, de vereniging KvK Nederland en Syntens gaan samen op in de nieuwe Kamer van Koophandel, waartoe inmiddels een nieuwe wet is geschreven. En deze nieuwe KvK gaat op haar beurt weer deel uitmaken van het nieuwe Ondernemersplein.

In hoog tempo wordt de toekomstige organisatie vormgegeven. Het globaal ontwerp ziet in september het levenslicht, terwijl op onderdelen al een uitwerking plaatsvindt richting

een gedetailleerd ontwerp. Eind dit jaar is de architectuur afgerond en kan het bouwproces beginnen. Dat neemt heel 2013 in beslag. De nieuwe Kamer van Koophandel helpt ondernemers met het starten, ontwikkelen, duurzaam vernieuwen en versterken van het ondernemerschap. Dit moet een aantoonbare verbetering opleveren van het maatschappelijk en economisch rendement. De focus zal liggen op de thema's ondernemerschap, innovatie en internationalisering.

Er gaat heel wat veranderen. Naast de centrale aansturing springt met name de verdere digitalisering in het oog. De activiteiten van de huidige KvK wat betreft handelsregister en voorlichting, én alle publieke diensten van overheidsgeleide organisaties, belanden (grotendeels) op het nieuwe Digitale Ondernemersplein. De nieuwe KvK gaat het Onder-

nersplein faciliteren, draagt zorg voor op elkaar afgestemde dienstverlening en bewaakt de kwaliteit ervan. Voor ondernemers betekent dit een betere bereikbaarheid van informatie, meer gemak en eenduidigheid van dienstverlening. De digitale portal is de entree voor de ondernemer naar alle mogelijke publieke informatie. Hierdoor ontstaat ruimte voor meer maatwerk. En dat betekent dat medewerkers van de Kamer dan meer producten en diensten leveren die de afnemer - de ondernemer - herkent en erkent als een welkome ondersteuning van zijn ondernemerschap. Hoewel het hele bedrijfsleven hiermee zijn voordeel zal doen, zullen vooral kleinere ondernemingen zich hiermee identificeren.

Naast de digitale portal zal het Ondernemersplein uiteraard ook een fysieke ontmoetingsplek voor onderne-

mers en stakeholders zijn. Een plek ook waar gespecialiseerde medewerkers van de nieuwe Kamer van Koophandel de ondernemer met raad en daad ter zijde staan.

Helaas gaat zowel de vernieuwing van de Kamer van Koophandel als het ontstaan van het Ondernemersplein gepaard met giga bezuinigingen van tegen de 40 procent. Naast inkrimping van de (landelijke) formatie van 2.230 naar 1.780 fte, komt ook het aantal vestigingen ter discussie te staan. Bovendien wordt gerekend op een stevige reductie van de front- en backoffices. Hoewel gekozen lijkt te worden voor de regionale schaal van de provincies, is niet uit te sluiten dat werkgebieden worden opgeschaald naar meer dan één provincie. Dat uitgerekend op dit moment het Ondernemersplein Limburg in Roermond is geopend (zie pagina 5), mag

zeker een toevalstreffer worden genoemd. Reeds lang van tevoren ingezet - voordat überhaupt sprake was van rigoureuze beleidswijzigingen - mag dit nu worden gezien als een proactieve zienswijze die Limburg stevig op de kaart heeft gezet. In de hoop en het vertrouwen dat een stevige verankering van de nieuwe Kamer van Koophandel in Limburg tot in lengte van jaren zal zijn verzekerd.

Wil Houben,
directeur Kamer
van Koophandel
Limburg



Reageren:
whouben@limburg.kvk.nl
Twitter: twitter.com/wilhouben

Bedrijfscontactpunt gemeente Maastricht



**Al 25 jaar intermediair
tussen ondernemer en gemeente**

Heeft u een onderneming in Maastricht of wilt u er een starten?
Heeft u als ondernemer vragen over vestigingsmogelijkheden,
vergunningen en/of gemeentelijk beleid?
Zoekt u informatie over actuele ontwikkelingen?

Het Bedrijfscontactpunt gemeente Maastricht helpt u graag verder

Postbus 1992, 6201 BZ Maastricht
tel.: 043 350 40 50
e-mail: bedrijfscontactpunt@maastricht.nl
www.maastricht.nl/bedrijfscontactpunt



Gemeente Maastricht

FUN VALLEY MAASTRICHT

De perfecte plek voor ieder bedrijfsfeest, personeelsborrel, BBQ of brunch...

In- en outdoor activiteiten. Bij elk weer, in elk seizoen.

Sfeervolle Adventure In:

Van lunch tot thema dinerbuffet... Bijna alles is mogelijk. Ook voor grote groepen.

Combineer uw vergadering met teambuilding activiteiten. Paintball, een uitdagend challengeparcours, klimmen, of ludieke indoor activiteiten of workshops. Vraag naar de talloze mogelijkheden!

Ruime parking dus lekker makkelijk!
Tip: meld u aan voor de nieuwsbrief en blijf op de hoogte!

Bel & Boek

Fun Valley Maastricht,
Oosterweg 5, 6245 LC Eijsden.
Tel. 043 - 4093671.
Email: verkoop@funvalleymaastricht.nl

IN- EN OUTDOOR FAMILIEPRET EN ACTIVITEITEN



WWW.FUNVALLEYMAASTRICHT.NL



TE HUUR Topwinkel op A-locatie

**Midden in het winkelhart van
het sfeervolle Sittard**

LIMBRICHTERSTRAAT 60A, SITTARD

- Winkelruimte in hartje centrum
- Oppervlakte ± 150 m² BVO
- Huurprijs op aanvraag
- Frontbreedte 6 m¹
- Uitgebreide informatie op aanvraag



RUIJTERS

WONINGMAKELAARS

BEDRIJFSMAKELAARS

FINANCIEEL ADVISEURS

VASTGOEDBEHEER

T 043 329 29 29 • BOG@RUIJTERS.NL • WWW.RUIJTERS.NL



Pleidooi voor een veel verleidelijker zakelijke vastgoedmarkt

Probeer het met kijkdagen, 360 graden-foto's, stylisten...

Door Maurice Ambaum

De communicatiemarketing van leegstaande kantoorpanden, bedrijfsruimte en winkels wordt steeds belangrijker.

Volgens Marc van den Berg, de nieuwe kantoordirecteur bedrijfshuisvesting van MVGM in Maastricht, is de tijd voorbij dat vastgoedeigenaren met een 'eenvoudige brochure en een bord bij de deur' hun beschikbare panden aan de man konden brengen.

Kreunend

Marc van den Berg wil niet te somber overkomen. Maar feit is wel dat de vastgoed steunt en kreunt onder de economische crises. Veel kantoren, bedrijfsruimten op industrieterreinen en winkels liggen leeg. En niet voor een korte tijd, nee, voor langere periode. MVGM bracht onlangs voor de raadscommissie van gemeente Maastricht in kaart dat bijna de helft van de leegstaande bedrijfsruimten al langer dan drie jaar geen huurder heeft. In totaal wacht er in Maastricht zo'n 85.000m2 bedrijfsruimte op nieuwe bewoners. Landelijk ligt 15 procent van het totale aanbod kantoorruimte leeg en heeft 13 procent van het aanbod winkels geen huurder. Dat gaat dus om grote aantallen waar enorme bedragen mee zijn gemoeid.

Geen grip

De oplossing? Marc van den Berg wijst



Marc van den Berg: "Beleving wordt steeds belangrijker."

naar ontwikkelingen die zich boven het hoofd van de ondernemers afspelen. "Veel heeft te maken met vertrouwen. Of beter gezegd: het gebrek daaraan. Het politieke klimaat in Nederland, de internationale economische crises, de eurocrisis, dat zijn zaken die sterk bepalend zijn voor het vertrouwen in de economie. Ondernemers hebben daar weinig tot geen grip op, maar ze worden wel geconfronteerd met de keerzijde: het is moeilijk om kopers of huurders voor vastgoed te vinden, het is moeilijk om financiering te krijgen om te huren of te kopen. Vastgoedeigenaren gaan daarom steeds verder om huurders aan zich te binden, bijvoorbeeld door opvallende huurkor-

tingen in te zetten om een transactie te laten slagen."

Oplossing

Toch ligt volgens de nieuwe kantoordirecteur van MVGM bedrijfshuisvesting in Maastricht daarin niet de sleutel voor de oplossing. "De oplossing ligt niet in de prijs, maar in de vraag. En vraag heeft alles te maken met vertrouwen en economische ontwikkelingen. Het staat wel buiten kijf dat de prijzen die vastgoedondernemers drie, vier jaar geleden vroegen, nu niet meer te hanteren zijn. Ze zullen zeker in prijs moeten zakken, en velen doen dat ook. Maar het leidt niet tot een opvallende vermindering van de leegstand."

Beleving

Marc van den Berg vindt dat vastgoedeigenaren meer energie en creativiteit moeten steken in hun acquisitie om leegstaande panden en winkels te kunnen verkopen of verhuren. "Beleving wordt steeds belangrijker. Een brochure met veel stenen, lege ruimten en het buitenterrein is vaak niet meer genoeg. Potentiële kopers of huurders moeten worden verleid, zoals de particuliere woningmarkt dat al jaren doet met kijkdagen, 360 graden-foto's, stylisten. Ook de zakelijke vastgoedmarkt moet die slag maken."

In 3D

Dat kan volgens Van den Berg door te kiezen voor andere communicatievormen, zoals interactieve video en social media. "Zo is er een online mogelijkheid om op een interactieve manier kantoorruimte naar eigen wens in te delen met als resultaat een 3D indelings-tekening met bijbehorende kostenbegroting. Laat bezoekers van de website ook de omgeving van de kantoorruimte of winkel zien. Potentiële huurders willen namelijk steeds meer. Is er een fitnesscentrum in de buurt, kinderopvang, een restaurant, een hotel? Hoe is de ontsluiting van het gebied waar het pand ligt? Is er openbaar vervoer op loopafstand? En sluit het ook aan bij Het Nieuwe Werken? Laat zien hoe het pand ook kan worden gebruikt in combinatie met thuis werken. Op die manier kun je je onderscheiden in de wijze waarop je vastgoed in de etalage zet."

Talent gezocht voor topsector logistiek

Logistieke bedrijven in Limburg zetten op 8 september tussen 10.00 en 15.00 uur hun deuren open voor het publiek. Deze Dag van de Logistiek is vooral bedoeld om een impuls te geven aan een goede aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt.

Logistiek behoort in deze provincie tot een van de topsectoren. Hierin moet de komende jaren nadrukkelijk worden geïnvesteerd. Door de innovatie- en groeiambities te stimuleren, worden deze sectoren versterkt. En om (toekomstige) tekorten op de arbeidsmarkt te voorkomen, moet al het beschikbare talent worden benut.

Deelnemers

De Logistieke Dag is een van de mogelijkheden om het imago van de logistieke sector te versterken. Al een groot aantal bedrijven en organisa-

ties heeft toegezegd mee te doen: KLG Europe, Meulenbergh Transport, Gehlen-Schols Logistics, Curfs Logistics, Traffic Port Venlo, LogiXperience, Kluitmans Weert, Mercuur Logistics, Keybek Transport, Transpo Nuth, Van den Berg Logistics, Beurskens All Round Cargo en andere. ELC Limburg, Kamer van Koophandel Limburg, VTL, UWV, gemeente Venlo, gemeente Sittard-Geleen en TLN zijn de organisatoren van de open dag.

Scholieren

Ook komt er een actie gericht op scholieren en decanen: 'Logistiek iets voor mij?' Beide groepen worden geïnformeerd over wat het betekent om in de logistiek te werken en welke opleidingsmogelijkheden er zijn.



Uniek Ondernemersplein Limburg officieel geopend

Na een jaar van verbouwing en restauratie is het nieuwe onderkomen in centrum Roermond van Kamer van Koophandel Limburg en het samenwerkingsverband Ondernemend Limburg (OL) een feit. OL bestaat uit MKB Limburg, LWV en LLTB.

Het Landbouwhuis aan de Wilhelminasingel en het Ursulinenklooster aan de Steegstraat zijn beide verbouwd en vormen nu samen - verbonden door de cam-

pus - het Ondernemersplein: een ontmoeting van historische elementen en moderne kantoren, opgezet, ingericht en aangekleed met oog voor Het Nieuwe Werken.

De bundeling van uiteenlopende, maar wel uitsluitend op ondernemers gerichte organisaties onder één dak is uniek in Nederland. Met deze formule loopt Limburg voorop en wordt het bedrijfsleven nieuwe kansen geboden..



Op 15 juni was de officiële opening. Gouverneur Theo Bovens overhandigt de sleutel aan KvK Limburg-voorzitte Carla Pluijmaekers en OL-voorzitter Noud Janssen.

Levenschte bijscholing in simulator voor truckers

De Europese Beroepsrijkschool in Venlo heeft in juni de Simutruck gepresenteerd, een mobiele rij-simulator.

Dankzij deze state-of-the-art simulator is het mogelijk om elke denkbare weg- en verkeerssituatie te oefenen. En omdat het een mobiele installatie is, kan de werkgever al zijn chauffeurs op één locatie laten bijscholen, bijvoorbeeld op het eigen terrein.

Vrachtwagens vrij plannen is daarvoor niet nodig. De Simutruck biedt ook de mogelijkheid om trainingen op maat te krijgen. Specifieke wensen hoeven geen probleem meer te zijn. Tot acht chauffeurs kunnen gelijktijdig, in levenschte situaties, worden bijschoold.



Tips van de Belastingdienst (2)

Voor- en nadelen van de kleine ondernemersregeling

De kleine ondernemersregeling (KOR) is een vermindering op de omzetbelasting en niet alleen voor 'kleine' ondernemers. Deze regeling is namelijk afhankelijk van wat er op jaarbasis na aftrek van de voorbelasting verschuldigd is aan omzetbelasting. Daardoor is minder of zelfs geen omzetbelasting verschuldigd.

De regeling is er voor in Nederland gevestigde natuurlijke personen. Hij geldt voor de zelfstandige en voor samenwerkingsverbanden van natuurlijke personen zoals een maatschap of vennootschap onder firma, maar niet

voor rechtspersonen zoals een NV, BV, stichting of vereniging. De vermindering geldt per samenwerkingsverband slechts eenmaal. Wie meerdere bedrijven heeft, moet deze voor de berekening bij elkaar tellen. De vermindering bedraagt per ondernemer maximaal € 1.345,-.

Voor de berekening wordt in beginsel eerst gekeken naar wat er jaarlijks na aftrek van voorbelasting aan omzetbelasting moet worden afgedragen. Bij een per saldo te betalen bedrag van € 1.345,- of minder is de vermindering gelijk aan het te beta-

len bedrag. U hoeft dan geen omzetbelasting te betalen. Is het per saldo te betalen bedrag tussen € 1.346,- en € 1.883,-, is de vermindering: 2,5 x (€ 1.883,- min het te betalen bedrag). Is het per saldo te betalen bedrag € 1.883,- of meer, bestaat geen recht op de vermindering. U berekent de definitieve vermindering aan het einde van het jaar. U kunt gedurende het jaar een voorlopige vermindering toepassen in de aangifte als u per maand of per kwartaal aangifte doet. Zie voor de voorwaarden de site van de Belastingdienst.

De KOR kan niet altijd zonder meer door alle ondernemers worden toegepast. Voor landbouwers, veehouders, tuin- en bosbouwers en verhuurders van onroerende zaken gelden andere voorwaarden. Verder zijn de inkoop uit andere EU-landen of niet-EU-landen van invloed op de berekening. Dit geldt ook als de omzetbelasting is verlegd naar de hoofdaannemer in bijvoorbeeld de bouw en bij het uitleenen van personeel. Bent u een van deze ondernemers, doet u zaken met het buitenland of is de verleggingsregeling op u van toepassing, neem dan voor de voorwaarden en/of de bere-

kening contact op met de Belastingdienst of uw boekhouder. Bent u een ondernemer die door de werking van deze regeling jaarlijks geen omzetbelasting hoeft af te dragen, is het mogelijk om ontheffing te krijgen van administratieve en factureringsverplichtingen. Dat heeft voor én nadelen. Ga te rade bij de Belastingdienst of uw boekhouder. Het bedrag van de vermindering is een voordeel ten opzichte van andere ondernemers en moet voor de inkomstenbelasting bij uw winst worden geteld.

Voor uitgebreidere informatie, voorbeelden en/of berekeningen: www.belastingdienst.nl of de BelastingTelefoon via 0800-0543.

Global Deals zorgt voor de beste deal voor de ondernemer

1 februari 2012 is Global Deals begonnen met de online verkoop van mobiele telefoons en nevenproducten. Global Deals is een prijsvechter en zorgt dat de klant vrijwel altijd de beste deal krijgt.

Op de webwinkel kunnen zowel particulieren als bedrijven direct online bestellen tegen scherpe tarieven. Global Deals richt zich voornamelijk op het bedrijfsleven. Zo kan elke ondernemer een zoekprofiel aanmelden op zakelijk@globaldeals.nl. In dit zoekprofiel geeft het bedrijf aan welk product ze willen kopen en tegen welke prijs. Global Deals zorgt binnen 24 uur dat het bedrijf de beste deal krijgt die op dat moment verkrijgbaar is binnen Europa. Staat het product niet op de website, dan gaat Global Deals binnen zijn internationale netwerk de vraag uitzetten en zo komt deze aanvraag bij meer dan 2500 van haar zakelijke relaties binnen. Global Deals kan door haar netwerk zorgen dat het bedrijf veel geld bespaard op aanschaf van hardware of diensten.

Partners Global Deals

Naast de verkoop op hardware kan Global Deals nog veel meer betekenen voor de ondernemer. Zo hebben wij met diverse bedrijven een samenwerkingsverband. Global Deals sluit zelf geen nieuwe mobiele telefoon abonnementen af, maar brengt dit onder bij een partner. Zo kan een bedrijf een gratis telecomscan laten uitvoeren en bij 95% kunnen wij een besparing realiseren tot soms 50% van de totale maandelijkse kosten.

Speciale Projecten Global Deals

Onlangs heeft een bedrijf zich aangemeld met de vraag of Global Deals ervoor kan zorgen, dat een nieuw bedrijfspand wordt voorzien van beveiliging, alarm en sprinkler installaties. Global Deals zorgt er voor dat de klant binnen 7 dagen een passend voorstel ontvangt met daarbij een direct plan van aanpak. Global Deals maakt gebruik van gecertificeerde bedrijven die de plaatsing verzorgen. Global Deals adviseert de klant altijd om in haar eigen netwerk een zelfde passend voorstel te laten maken. Juist hierdoor kan Global Deals laten zien, welke grote besparing het bedrijf kan krijgen als de opdracht aan Global Deals gegeven wordt.

Heeft u interesse in onze diensten, laat het ons snel weten via zakelijk@globaldeals.nl.



www.globaldeals.nl

SATIJNplus Architecten: “Wij zijn getuige van de grootste omslag van misschien wel de laatste eeuw”

“Er is geen crisis, wel een probleem”

Door Jos Cortenraad

Dat de bouw en alles wat daarmee samenhangt het moeilijk heeft, moge duidelijk zijn. De helft van het aantal architectenbureaus bijvoorbeeld overleeft de twee recessies binnen vier jaar niet.

SATIJNplus Architecten uit Born onttrekt zich grotendeels aan de malaise. Dankzij een bijzondere visie op de maatschappij en bouwen, vertelt directeur Joop Petit. De doemscenario's zijn genoegzaam bekend. Vergrijzing en ontgroening decimeren de kleine dorpskernen. Voorzieningen als winkels en scholen verdwijnen en uiteindelijk zal ook Limburg spookdorpen kennen zoals in de Franse Cevennen: verlaten en overgeleverd aan de elementen.

Omslag

“Vergeet het,” zwiept Joop Petit het huilverhaal resoluut van tafel. “We staan juist aan de vooravond van een grote economische omslag. Er zal een trek op gang komen van de steden naar het platteland. Mensen gaan op zoek naar nieuwe communities, naar sociale cohesie. Naast de virtuele netwerken zoals Facebook en Hyves, ontstaat er weer behoefte aan fysieke netwerken. Mensen willen samenwerken. Ze hebben de stad niet meer nodig omdat ze altijd en overal beschikken over gratis informatie en energie. Grote kantoorgebouwen worden overbodig. We kunnen overal werken. De eerste signalen zijn niet meer te negeren. Kijk naar de groei van het aantal zelfstandigen, naar Het Nieuwe Werken. Naar de enorme leegstand van kantoorgebouwen. Ik wil mezelf niet als visionair neerzetten, maar ik durf best te stellen dat het paradigma verandert.

Visie

Wij zijn getuige van de grootste omslag van misschien wel de laatste eeuw. Fantastisch, wat is dit een geweldige tijd!” Een wel heel positief geluid in een sombere periode. “Ik weet het,” vervolgt de architect, die met zijn vijftig mensen tellende bureau tot de groteren in Nederland behoort. “Meestal heb ik wel even wat tijd nodig om mensen te overtuigen met mijn visie. Maar er is geen reden om te somberen. Er is geen crisis, wel een probleem. En dat probleem gaan we oplossen.” Hoe dan? “Het probleem ligt bij de banken. Die hebben er een zootje van gemaakt. Ze hebben hun balansen opgepoetst met bezit dat amper iets waard is: huizen en gebouwen. Gevolg: gigantische schul-



Joop Petit: “De grote supermarkten maken nu al weer een terugtrekkende beweging richting dorpen.” (Foto: Bas Quaadvlieg).

den die niet meer te delgen zijn. Laat ze failliet gaan en begin opnieuw. Met een nieuw economisch systeem dat bestaat uit talloze micro-economieën. Voor mijn part met een nieuw munt- of ruilsysteem. Kan dat niet? Jawel, dat kan wel.

Omdat iedereen de middelen heeft: energie en informatie. Gratis. Dat is de basis. Geld en middelen komen beschikbaar via crowdfunding: we helpen elkaar. Daar hebben we geen banken voor nodig.”

Gratis

Hoezo gratis? We betalen ons blauw aan verwarming en stroom. “Nog wel. Nu al echter is iedereen in staat zijn eigen energiecentrale te bouwen op zijn dak of in de tuin. Zon en wind voorzien in drieduizend keer de dagelijkse energiebehoefte van de wereldbevolking. We gaan zoveel panelen en windmolens plaatsen dat iedereen gratis stroom heeft. Nog tien jaar en we smeren verf op de gevel waaruit we

met een draadje stroom tappen. Voor internet geldt hetzelfde. Als we nu de bestaande wifi-netwerken en hotspots aan elkaar koppelen, is het internet zo goed als gratis beschikbaar. Zo krijgt iedereen de beschikking over bronnen waarmee hij of zij een eigen bedrijfje kan opzetten danwel kan werken voor anderen. Met de middelen kunnen groepen hun eigen economietje opzetten. Gewoon in eigen dorp of wijk. Inclusief voedselproductie, winkels en alle benodigde diensten. Fantasie? Nee

Elfde Stimulusprijs voor elf cursisten

De elfde euregionale Stimulusprijs is in mei uitgereikt aan elf cursisten van de Stichting Praktech in Cadier en Keer. Praktech begeleidt jonge mensen ‘met een rugzakje’ om hen een werkzame plek in de samenleving te bezorgen.

Zowel vertegenwoordigers van lokale overheden, UWV als Stichting Alterius waren hierbij aanwezig. De pioniers van de Stichting Praktech, Jean Rutten en Frans Borgignons, namen deze Stimulusprijs in ontvangst. Die bestaat uit een geldbedrag inclusief een kleinood in de vorm van een beeldje van Jan Pieter Minckelers.

Vakmensen

Wil Lemmens, voorzitter van de Stichting Stimu-leren, sprak lovend over de gepraktiseerde onderwijsvorm, de bijbehorende extra persoonlijke begeleiding van jong volwassenen en het creatief inschakelen van vaktechnische leermeesters. De Stichting Praktech vult de behoefte in de samenleving aan technici concreet in door het afleveren van vakmensen zoals lassers, meubel-

makers, glaszetters, metselaars, stuka-doors en schilders in de praktijk. Daarnaast krijgen mensen die werkloos zijn geraakt, om- of bijscholing in verschillende technische vakgebieden.

KvK

Kamer van Koophandel Limburg is vanaf de eerste initiatieven in 2009 van twee docenten van St. Joseph/Alterius in Cadier en Keer actief en intensief betrokken geweest bij de positionering van Praktech. Dat resulteerde in 2010 in een financiële bijdrage door de Stichting Steun Beroepsonderwijs in Maastricht toen deze stichting zichzelf ophief en een goede bestemming zocht voor haar te liquideren vermogen.



www.praktech.nl



De uitreiking van de Stimulusprijs, v.l.n.r.: Frans Borgignons, Jean Rutten en Wil Lemmens.

De stress van het succes (6)

Zakendoen zonder klanten is roeien zonder riemen

Door Huub Hovens

Je nieuwe klant. Voordat je hem ontmoet, ken je hem nog niet. Hoe leer je hem kennen? Door te zorgen dat hij de neiging krijgt om jou te willen kennen. En hoe doe je dát nou weer?

Door aan de weg te timmeren. Met alle mogelijke middelen, want de ondernemer die stilletjes in een hoekje blijft zitten, krijgt al heel snel de status van Grote Onbekende. Want stilte is fnuikend. Stilte

is moordend voor de klandizie, dus omzet, dus inkomen.

Veel geld

Maar aan de weg timmeren, kost geld. Veel geld. Dat weet iedereen die zich wel eens aan een advertentie, mailing of marketingcampagne heeft gewaagd. Je bent zó een duizendje of wat kwijt. Bij voorbaat.

En dat, terwijl enerzijds de vaste lasten altijd maar weer betaald moeten worden,

anderzijds de omzet terugloopt. In deze barre economische tijden, moet je mes-scherp op de kleintjes letten.

IJzige stilte

Hoewel... kleintjes. Ik bedoel dus het reclamebudget. Dat ga je te lijf. Sommigen doen dat zó voortvarend dat er haast niets van overblijft. Mooi, want door flink in de kosten te snijden, hou je meer over om zaken te doen. Jammer alleen dat je gelijktijdig de ijzige stilte over jezelf hebt afgeroepen. Dat hoor je meteen, of beter gezegd: je hoort je telefoon niet meer. Het ding lijkt opeens morsdood. En ook de belangstelling voor je elektronische postbus taant.

Roeien

De situatie is nu als volgt: het geld dat je dacht over te houden door op reclame en promotie te besparen, verdwijnt in de bodemloze put van de vaste lasten omdat er te weinig geld binnenkomt; geld dat door de klanten had moeten worden neergeteld.

Zakendoen zonder klanten is roeien zonder riemen. Je dobbert wel, maar komt geen millimeter vooruit.

Kopje onder

Dobberende ondernemers die geen slag-zij willen maken om vervolgens kopje onder te gaan, moeten zich eens iets afvra-

gen. Namelijk of het niet veel logischer is om reclame- en promotiekosten óók als vaste lasten te beschouwen. Het reclamebudget is geen pretbudget. Investeren in je marktpositie mag nooit onbelangrijker zijn dan het nakomen van je verplichtingen aan de leasemaatschappij, bank of fiscus. Leg deze beruchte vaste lasten regelmatig onder het vergrootglas.

All in Living

Het blijft niet bij een mooi geformuleerde visie of woorden. SATIJNplus heeft verschillende tastbare innovaties in de markt gezet. Nieuwste concept is het All in Living. “Een methode waarmee we bestaande huizen ombouwen en aanpassen met speciaal ontwikkelde all in units. Tot bijvoorbeeld seniorenwoningen of ruimtes voor ondernemers. Van twee huizen naast elkaar trekken we bijvoorbeeld de bovenverdieping en de begane grond bij elkaar. Zo ontstaan horizontale woningen: levensbestendig en later weer simpel aan te passen. Duurzaam ook, in tegenstelling tot afbreken. Het is een vreemde gedachte dat een huis maar vijftig jaar meegaat. Ik ben niet zo van het afbreken. Slimme renovatie is meestal goedkoper dan slopen en nieuwbouw. Met All in Living spelen we in op de veranderende markt. En die is groot. Er zijn circa 2,2 miljoen corporatiewoningen in Nederland. Uitgaande van een afschrijvingstermijn van 50 jaar moeten er daarvan 44.000 vervangen of opgepimd worden. Daar is ons All in Living-concept op gebaseerd: opknappen dus. Want veel van die woningen hebben een emotionele waarde.”



www.satijnplus.nl



PROFESSIONELE REINIGINGSMIDDELEN - SCHOONMAAKARTIKELEN
PERSOONLIJKE BESCHERMINGSMIDDELEN

Wij onderscheiden ons door:

- Snelle levering.
- Levering zonder transportkosten, ook voor meerdere lokaties.
- Op uw organisatie afgestemd online bestelsysteem.
- Gratis montage van dispensers.
- Alle kennis in huis door samenwerking met leveranciers.

Ons klantenbestand is zeer breed en omvat onder andere de volgende groepen:

- Levensmiddelen-productie.
- Industrie.
- Schoonmaakbedrijven.
- Verzorgingssector.
- Onderwijsinstellingen.
- Horeca.
- Garagebedrijven.

Onze produktgroepen zijn o.a.:

- Schoonmaakmachines.
- Reinigingsmiddelen.
- Schoonmaakartikelen.
- Handdoek en poetspapier.
- Zepen.
- Koffiemachines en toebehoren.
- Persoonlijke beschermingsmiddelen.
- Afvalbakken.

**Bezoekadres: Koperslager 6
6422 PR HEERLEN**

Tel: 045-5311864 • Fax: 045-5211889

Gsm: 0610731115

Email: info@bosheide.eu

Kijk voor meer info op:

www.bosheide.eu

Advertorial



Jos Bogman levert wederom auto aan Streekomroep Start

BEEK, 25 JUNI - Streekomroep Start volgt het nieuws in Sittard-Geleen en Beek ook in de tweede helft van dit jaar in een auto van Automobielbedrijven Jos Bogman in Beek. De sleutels van de auto – een nieuwe Ford Fiesta - werden maandag in Beek door Jos Bogman-directeur John Pluis overhandigd aan Start-voorzitter Armand Cremers. Het nieuwe contract loopt van 1 juli tot en met 31 december.

Streekomroep Start en Jos Bogman Automobielbedrijven zijn al ruim 5 jaar partners. Jos Bogman-directeur John Pluis: "We zien de auto van Streekomroep Start in Sittard-Geleen en Beek al 5 jaar overal rijden en dat betekent voor Jos Bogman en Ford uitstekende reclame. De Westelijke Mijnstreek is voor ons een belangrijk verkoopgebied waar we graag interesse voor ons bedrijf genereren. Uiteraard willen we ons profileren op alle

evenementen waar Streekomroep Start vertegenwoordigd is.

Start-voorzitter Armand Cremers: "Onze vrijwilligersorganisatie is ontzettend geholpen met de auto van Jos Bogman. Mede daardoor zijn we in staat om wekelijks verslag te doen van belangrijke gebeurtenissen in ons uitzendgebied. Op onze beurt helpen we Jos Bogman bij het vergroten van hun naamsbekendheid en maken we reclame voor Ford. Dat is wat je noemt nou een typische win-winsituatie."

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met John Pluis van Automobielbedrijven Bogman, 046 – 437 53 53 of Armand Cremers van Streekomroep Start, 06 22 47 69 39.

Wanneer gaat u groen tanken?



Op onze groene tankstations in Sittard en Horst kunt u al groen gas tanken.

Een groen gas auto rijdt even snel, de motor is even krachtig en u hoeft geen enkele concessie te doen aan comfort, laadvermogen of betrouwbaarheid in vergelijking tot auto's die op traditionele brandstof rijden. Met groen gas rijdt u zelfs voor de laagste prijs per kilometer in vergelijking tot alle reguliere brandstoffen. Wanneer gaat u groen tanken?

ORANGEgas
HAPPY PLANET

**ik
tank
groen
.nl**

Kijk voor meer informatie op www.iktankgroen.nl

iktankgroen.nl wordt aangedreven door **VISSERSOLIE**

Nieuwe directeur Erik Broekaart wil MECC commerciëler maken

"Snel herstel lijndienst Maastricht-Schiphol"

Door Jos Cortenraad

Een dagelijkse vliegverbinding tussen Schiphol en Maastricht Airport is van cruciaal belang voor de verdere ontwikkeling van het Maastrichts Evenementen en Congres Centrum. Dat zegt Erik Broekaart, sinds dit voorjaar directeur van dat MECC.

Het is geen geheim dat de grootste congres- en evenementenhal van Limburg niet goed draait. De bezetting van de hallen is te laag en op de exploitatie wordt geld toegelegd. Reden voor het Amsterdamse moederbedrijf RAI om het roer om te gooien.

Veel ervaring

De Raad van Commissarissen werd in het voorjaar ververst met onder anderen een nieuwe voorzitter in de persoon van Jan Lamkin, ondernemer en onder meer gewezen bestuurslid van VNO-NCW. Niet veel later volgde de benoeming van Erik Broekaart, een man met veel ervaring in de beurzen- en evenementensector. "Ik heb inderdaad de opdracht gekregen om weer winst te gaan maken," zegt de 49-jarige Limburger van geboorte. "We moeten commerciëler gaan werken, professioneler ook, veel meer naar buiten treden. De laatste jaren zien we bij het MECC een neerwaartse spiraal. Die gaan we rechtzetten."

Schaars geld

Maar geld is momenteel schaars, beeft Broekaart. "Dus gaan we het doen met die zestig mensen die in dienst zijn bij het MECC. Er zal hard gewerkt moeten worden. We gaan méér de boer op. We laten zien wat we kunnen en wat we in huis hebben. Bij potentiële organisatoren is amper bekend dat het MECC veel méér is dan een prachtige accommodatie. We organiseren alles van a tot z. Voor dat kleine congres met 150 deelnemers tot en met een TEFAF waar zo'n 75.000 bezoekers geteld worden. Dat moeten we uitventen, in binnen- en buitenland."

Sinds 1 maart is Eric Broekaart directeur van MECC Maastricht. Tot vorig jaar was hij als directeur Sales Beurzen & Evenementen commercieel verantwoordelijk voor de beurs- en eventlocaties van Libéma. Broekaart is tevens - als opvolger van René Hansen - toegetreden tot het bestuur van het Maastricht Congres Bureau (MCB), een stichting die Maastricht & regio promoot als bestemming voor zakelijke bijeenkomsten.

Vliegveld

Waarom loopt het niet zoals het lopen moet? "Het MECC is slecht bereikbaar," klinkt het enigszins verrassend en met een duidelijk appel op overheden en bedrijfsleven. "Jawel, de ligging is centraal aan een knooppunt van wegen met vijf vliegvelden binnen een straal van nog geen 100 kilometer. Maar we hebben geen eigen vliegveld; niet uit te leggen in het buitenland. We concurreren met Barcelona, Stockholm, Hannover en nog honderd steden. Allemaal hebben die een vliegveld naast de deur. Wij moeten verwijzen naar Luik, Düsseldorf, Köln, Brussel. Dat werkt niet. En nee, ik noem Maastricht Airport niet omdat je daar niet direct op kunt vliegen. Daarom maak ik me sterk voor het opnieuw opstarten van een lijndienst tussen Schiphol en Maastricht. Pas dan kun je je profileren met een goede bereikbaarheid."

Medische congressen

En net die bereikbaarheid is zo belangrijk om de negatieve lijn om te buigen, zegt Erik Broekaart. "Voor het MECC liggen er grote kansen om medische congressen binnen te halen. Zeker met de opbouw van de campussen in Geleen en Maastricht en de plannen van het Maastricht Universitair Medisch Centrum. De wetenschappers en art-



Erik Broekaart: "We hebben geen eigen vliegveld, niet uit te leggen in het buitenland."

sen zitten in de mondiale netwerken, zij kunnen een ambassadeursrol vervullen voor het MECC. Maar dan moet je wel je bereikbaarheid op orde hebben."

Hotelwezen

Met verschillende partijen is Broekaart

in gesprek om de lijndienst nieuw leven in te blazen. "Ik begrijp dat er twee miljoen euro nodig is. Dat moeten bedrijfsleven en overheden toch nog kunnen opbrengen. Kijk, elk congres in het MECC zorgt voor omzet in de stad en het hotelwezen in de regio. Wij zetten nu zo'n

11 miljoen euro per jaar om, de economische spin-off is een veelvoud daarvan. De TEFAF alleen al is goed voor tien miljoen euro omzet voor het bedrijfsleven. Als we met een lijndienst maar twee of drie congressen binnenhalen, is de investering al terugverdiend."

Halve eeuw Handelscentrum Bergerweg Sittard

"Nu pas leer ik mijn burens kennen"

Door Jos Cortenraad

Handelscentrum Bergerweg in Sittard bestaat 50 jaar. Reden voor een aantal ondernemers om de krachten te bundelen en er een feestelijk jaar van te maken. "Eindelijk leer ik mijn burens kennen," zegt Joost Klaver van het bedrijf Mad Science.

Het oude liedje: ondernemers op bedrijventerreinen hebben geen idee wat de buurman doet. Op de Bergerweg in Sittard is het niet anders. "Mijn buurman Ben Claessens van de gelijknamige drukkerij laat elke dag zijn hond uit," vertelt Joost Klaver. "En elke dag passeert hij de plaquette waarop staat dat dit bedrijventerrein in 1962 opgericht is. 'Moeten we daar niet iets mee?' vroeg hij zich vorig jaar af. We zijn om de tafel gaan zitten en binnen de kortste keren hadden we een enthousiast jubileumcomité. Nu pas leer ik mijn burens kennen en weet ik wat hier allemaal te koop is. Heel waardevol, ik koop hier nu bepaalde zaken in en heb zelf ook al enkele opdrachten gekregen."

Glazen Huis

Het jubileumcomité lanceert begin dit jaar een website en zoekt sponsors om activiteiten te kunnen opzetten. De respons is boven verwachting. Bijna de helft van de 150 ondernemers op de Bergerweg ziet wel wat in een feestje en is bereid een bijdrage te leveren. Wij hebben een eigen Glazen Huis laten bouwen om hier geld mee in te zamelen voor Serious Request. "Het Huis is te huur voor feesten en evenementen en goed verplaatsbaar. Een schot in de roos. Verschillende ondernemers en organisaties hebben er al gebruik van gemaakt en we hebben ermee op de grotere evenementen in Sittard-Geleen gestaan. In augustus staat het

Huis centraal tijdens de barbecue die we houden voor ondernemers, medewerkers en publiek."

Inktvlek

Primair doel van de jubileumactiviteiten is het genereren van bekendheid voor het handelscentrum en de bedrijven. "Hier zitten veel speciaalzaken," zegt Joost Klaver, die in 2010 met zijn Mad Science neerstreek op de Bergerweg. "Die kunnen allemaal wel wat reclame gebruiken. Daarnaast is dit een uitstekend middel om elkaar te leren kennen. We vormen met twaalf ondernemers het organisatiecomité. Het begin van een netwerk, zo blijkt nu we een jaar verder zijn. De contacten breiden zich uit als een inktvlek. Ik leer bedrijven kennen waar ik nog nooit van gehoord had. Amper honderd meter verderop."

Kinderen en techniek

En andersom weten de ondernemers

waar Mad Science (www.madscience.org/nederland) voor staat. "Mad Science slaat voor kinderen de brug naar de techniek. Op scholen en kinderefeestjes geven wij workshops en demonstraties waarin natuurkunde en chemie centraal staan. Zo interesseren we kinderen én ouders voor bètavakken. Afgelopen jaar hebben we in het land 150.000 kinderen bereikt. Heel mooi, maar dat kan beter. We moeten het hebben van mond-tot-mondreclame. Dus is het belangrijk dat de andere bedrijven op de Bergerweg weten wat we doen." Bedrijven met elkaar verbinden is dus wat Joost Klaver betreft, een goede reden om het gouden jubileum te vieren. "Zeker weten. We merken duidelijk dat andere ondernemers ook behoefte hebben aan meer onderling contact."



www.50jaar.org



Leergang Bedrijfskunde 2010-2012

Geslaagd voor post-hbo Leergang Bedrijfskunde

Op 14 juni ontvingen de geslaagden van de post-hbo Registeropleiding Leergang Bedrijfskunde hun diploma.

De Leergang Bedrijfskunde is een op de praktijk gerichte, brede bedrijfskundige managementopleiding voor de doelgroep hbo+ met werkervaring. Studenten willen hun bedrijfskundige kennis verruimen en verbreden, en

management- en leiderschapsvaardigheden ontwikkelen. De opleiding heeft een doorlooptijd van 2½ jaar.

De Leergang Bedrijfskunde, onderdeel van Zuyd Hogeschool, telt bijna 500 alumni. De volgende groep studenten start in januari 2013.



www.zuyd.nl/
leergangbedrijfskunde



Het Glazen Huis van de Bergerweg tijdens een evenement.

GEPOMA beantwoordt ook de vraag hoe je de steeds oudere werknemer vitaal, gezond en productief houdt

Gezonde aanpak ziekteverzuim loont

Tekst: René van Zandvoort

Als werknemers door ziekte/arbeidsongeschiktheid hun werk niet kunnen doen, kan dat voor collega's en werkgevers verstrekkende organisatorische en/of financiële gevolgen hebben. Het ziekteverzuim is, zo blijkt uit landelijk onderzoek, de laatste tien jaar weliswaar in absolute zin fors verminderd, maar ook complexer geworden. Wanneer iemand zich ziek meldt, wil dat namelijk niet altijd zeggen dat hij of zij arbeidsONgeschikt is. Het kan net zo goed zijn dat zich een vervelende privésituatie voordoet, zoals een ziek kind of partner. Dan is ook sprake van (ziekte)verzuim, ook al is iemand niet ziek.

GEPOMA is sinds 2001 intermediair tussen werkgever en werknemer op het gebied van gezondheidsmanagement, ziekteverzuimbegeleiding en overige arbozaken. Door een voortvarende aanpak - meteen op de eerste dag contact leggen met de werkgever - is er snel zicht op de situatie en kan adequaat worden gereageerd. Opsporen van de oorzaak van verzuim met een professionele, snelle en gezonde aanpak van ziekteverzuim. Dáár is GEPOMA al tien jaar lang professional in. Het jongste onafhankelijke klanttevredenheidsonderzoek spreekt, met een 8+ als gemiddelde score, voor zich.

Werknemers gezond én productie houden

Een pilot bij zes mkb-bedrijven in Sittard wees tien jaar geleden uit dat er duidelijk behoefte is aan de GEPOMA-aanpak van een snelle interventie in het probleemveld. GEPOMA ontwikkelde zijn ziekteverzuimmanagementsysteem vanuit de praktijk tot een formule waarin de opdrachtgever, de GEPOMA-verzuimcoördinator en/of de bedrijfsarts elkaar informeren over de begeleiding van de arbeidsongeschikte medewerker. "De invoering van de Wet Verbetering Poortwachter was de reden om met ons concept actief in de markt te stappen," lichten Lex Crijs en Esther Leblanc de start toe. "Steeds opnieuw inspeland op wijzigingen in deze wet. Ons uitgangspunt is dat een organisatie ervoor moet zorgen dat haar werknemers gezond en optimaal inzetbaar blijven. Door gezondheidsmanagement kan een werkgever daar zelf een grote bijdrage aan leveren. Zeker nu de gemiddelde leeftijd van werknemers steeds verder omhoog gaat en zij door de verhoging van



Fotografie: Jo Goossens.

GEPOMA kan voor bedrijven ook workshops en trainingen verzorgen voor leidinggevenden die betrokken zijn bij ziekteverzuim van medewerkers. De praktijk staat centraal, naast de Wet Verbetering Poortwachter. Voorts kunnen medewerkers getraind worden op het gebied van EHBO, BHV en preventiemedewerker.

de pensioengerechtigde leeftijd langer zullen moeten doorwerken. Werkgevers moeten rekening gaan houden met de gevolgen van vergrijzing. Met als hamvraag: hoe houden we de werknemer langer vitaal, gezond én productief."

Toegevoegde waarde

Pragmatisme kenmerkt GEPOMA's aanpak. Laagdrempelig en gericht op toegevoegde waarde voor het mkb. Lex Crijs: "Want waar grote bedrijven in staat zijn

om ziekteverzuimreductie en gezondheidsmanagement op eigen kracht in te vullen, ontbreekt 't het mkb aan tijd en middelen. En ook hier geldt: samen sta je sterker. Ons doel is niet alleen om het ziekteverzuim omlaag brengen, maar ook om de samenwerking tussen bedrijven op gang te brengen. Want als een werknemer tijdelijk zijn eigen werk niet kan doen, kan hij of zij vaak wel aangepast werk doen bij een andere werkgever. Natuurlijk met beider instemming. Zo is het probleem van de een de oplossing voor de ander."

Vervangend werk

Dus worden twee werkgevers én de ziekgemelde werknemer geholpen. De vaste werkgever, omdat zijn werknemer nu toch aan de slag kan, de tijdelijke werkgever, omdat hij een vacature of tijdelijk werk goed krijgt ingevuld en de zieke werknemer, omdat hij werk heeft. Want de drempel om het werk te hervatten wordt vele malen groter bij langdurig verzuim en dat kan op deze manier worden voorkomen. "We hebben het dan over mensen die gedurende langere tijd - vanaf zes weken - hun eigen werk niet kunnen doen door ziekte of een ongeval. Vanaf dertien weken verzuim wordt de kans op een snelle terugkeer in het arbeidsproces steeds minder groot," zegt Esther Leblanc. "Een kantoormedewerker die een been breekt, kan nog in het gips naar zijn werkplek worden gebracht en zijn/haar werk doen. Voor een productiemedewerker ligt dat anders. Maar als die thuis graag achter de pc zit, dan kan hij/zij dat natuurlijk ook bij zijn werkgever doen en daar nuttig zijn voor het bedrijf. In eerste instantie zoeken we vervangend werk binnen het eigen bedrijf, maar als dat er niet is, kijken we in overleg met de medewerker naar een geschikte werkplek bij een ander bedrijf. En een beetje in de buurt, anders creëer je weer een onnodig vervoersprobleem."

Probleem van de een, oplossing voor de ander

Inmiddels telt het klantenbestand van GEPOMA 85 mkb-bedrijven in Midden- en Zuid-Limburg. Bedrijven die de GEPOMA-aanpak op het gebied van gezondheidsmanagement terugvertaald

zien in hun ziekteverzuimcijfers. Die een leeftijdsbewust personeelsbeleid voeren, gericht op de gezonde inzet van alle leeftijdsgroepen in de organisatie. Die de toegevoegde waarde van gezondheidsmanagement voor medewerkers en organisatie onderkennen en hun personeel duurzaam inzetten op basis van een gezonde werk- en leefstijl. En die oudere werknemers gezond met (eventueel vervroegd) pensioen kunnen laten gaan. GEPOMA brengt deze bedrijven met elkaar in contact. Zo is het probleem van gedwongen ziekteverzuim bij de een de oplossing voor een arbeidsprobleem bij de ander.

Professionalisering

Om de zich continu vernieuwende markt voor gezondheidsmanagement te kunnen blijven volgen, zorgt GEPOMA voor de steeds verdere professionalisering van zijn team van vier consultants. Sinds dit jaar zijn twee teamleden gediplomeerd vertrouwenspersoon en gediplomeerd arbeidsdeskundige. "We willen onze dienstverlening goed en professioneel blijven aanbieden en dan is het vanzelfsprekend dat we ons blijven scholen. Niet alleen op het gebied van de basiselementen van de Wet Verbetering Poortwachter, maar ook qua beroepen die in de casuïstiek regelmatig worden ingezet," zegt Miriam Meijers. "Zo voldoen onze klanten aan de wettelijke plicht van dossieropbouw rond een zieke werknemer. Wij begeleiden zowel de werkgever als de werknemer hierin. En dan niet alleen snel reageren bij een ziekmelding, maar ook vroegtijdig aandacht hebben voor ongewenste situaties in een bedrijf, zodat problemen en ziekteverzuim worden voorkomen."

Gedragsverandering

Deze aanpak valt en staat met de bereidheid van de zieke werknemer om mee te werken aan een dergelijke constructie. Niet iedereen staat te springen om vervangend werk. "Maar wij proberen vooral iedereen bewust te maken van de eigen verantwoordelijkheid tegenover hun werkgever," aldus Mart Nelissen. Bovendien komt een 'nee' als kritische aantekening in het personeelsdossier te staan, mits sprake is van een fair en acceptabel aanbod van vervangend werk. Je bent verplicht om

mee te werken, in het kader van spoor 2 van de Wet verbetering Poortwachter. Maar ons ultieme doel is mensen ervan te overtuigen dat ze met andere ogen naar hun situatie moeten kijken en het belang en de consequenties van hun ziek zijn voor hun werkgever én vaak ook hun collega's, die daardoor zwaarder belast worden, inzien. Gedragsverandering dus. Zodat ook een privéprobleem als geen kinderopvang niet wordt afgewenteld op de werkgever door 'ziek' thuis te blijven. Of om je na een uit de hand gelopen feestavond de dag erna 'ziek' te melden. Onze ervaring is dat als je dat helder maakt, mensen dit begrijpen en daar ook naar gaan handelen. Maar het blijft altijd maatwerk, voor elke case."

Centraal staat dus bij GEPOMA het activeringsbeleid: de aanpak is niet passief maar actief en gericht op preventie (gezondheidsmanagement) en curatie (oplossen van het ziekteverzuimprobleem). Dat is in het belang van de individuele werknemers, hun collega's en de werkgever. En uiteindelijk ook de maatschappij.

GEPOMA
Raadhuisstraat 3
6051 HX Maasbracht

Esther Leblanc
M 06 54 65 67 55
E esther@gepoma.nl

Lex Crijs
M 06 55 83 49 07
E lex@gepoma.nl

Mart Nelissen
M 06 52 51 95 60
E mart@gepoma.nl

Miriam Meijers
M 06 12 54 08 97
E miriam@gepoma.nl

www.gepoma.nl



Fotografie: Jo Goossens.



1.794 'museuminspecteurs' in de leeftijd tot en met 12 jaar hebben het **Discovery Center Continium** in Kerkrade (zie foto) tot **Beste kidsproof-Museum van 2012** verkozen. Het doe- en ontdekmuseum kreeg van de inspecteurs het hoogst gemiddeld cijfer, een 9,2. De kinderen vinden het museum "vet gaaf" en "dat je er veel leert op een leuke manier". De museuminspecteurs en de verkiezing zijn in het leven geroepen door de ANWB en de Nederlandse Museumvereniging.
www.continium.nl



SnowWorld in Landgraaf (zie foto) is opnieuw verkozen tot de **beste indoor skihal van de wereld**. Een onafhankelijk wintersportportal beoordeelde SnowWorld op diverse punten en kende de maximale score van 5 sterren toe. Van alle indoor skihalles vonden de bezoekers van de website die in Landgraaf de beste. SnowWorld werd in mei uitgebreid met een outdoor klimpark.
www.snowworld.com

Philippe Faut (19) en **Bas Dompeling** (20) uit Maastricht hebben een **promotieplatform voor webwinkeliers** gelanceerd. Clookx.com stelt webwinkeliers naar eigen zeggen in staat hun commerciële krachten effectief te bundelen en zodoende een grotere en meer diverse doelgroep aan te spreken. "Een webshop opzetten is een stuk makkelijker dan klandizie krijgen." Daarom is volgens de bedenkers het promotieplatform noodzakelijk.
www.clookx.com



Ondernemers en particulieren kunnen nu voor vrijwel alle **PostNL-handelingen** terecht bij **Peter Wind Kantoorvakhandel** in Hoensbroek (zie foto). Of het nu gaat om postzegels, stempels, pakketten, verzendservice, postbussen of advies. De winkel (van maandag tot en met zaterdag vanaf 8 uur geopend) biedt als vanouds kantoor- en schoolspullen, boeken en geschenken.
www.peterwind.nl

Prof. dr. **Nanne de Vries**, hoogleraar Gezondheidsvoorlichting aan de **Universiteit Maastricht**, is sinds 15 mei **vice-decaan** van de Faculty of Health, Medicine and Life Sciences (FHML). De benoeming geldt tot 1 januari 2014. Deze termijn loopt parallel met die van prof. dr. **Albert Scherpbier**, die door het College van Bestuur is herbenoemd tot **decaan** en wiens benoeming eveneens per 1 januari 2014 eindigt.
www.maastrichtuniversity.nl/pers

De **Universiteit Maastricht** behoort wereldwijd tot de **top 20** van universiteiten die korter dan 50 jaar bestaan. Dat blijkt uit een ranglijst van het Times Higher Education magazine. Het blad publiceert jaarlijks een ranglijst met de beste universiteiten ter wereld, maar kwam dit jaar voor het eerst met een aparte ranglijst voor 'jonge' universiteiten. Op die lijst staat Maastricht op plek 19 en is daarmee de enige Nederlandse bijdrage aan de lijst.



Autoverhuurbedrijf Adrem van Frits Pieper heeft in Maasmechelen zijn **eerste Belgische vestiging** geopend (zie foto). Het bedrijf heeft al drie vestigingen: in Geleen, Heerlen en Maastricht. De Belgische vestiging wordt gerund als franchise. Adrem beschikt over een wagenpark van circa zeventig personenauto's en -bussen, bestelbussen en auto's voor speciale gelegenheden, zoals bruiloften. Het bedrijf wil binnenkort ook elektrische auto's aanbieden.
www.adremlimburg.nl

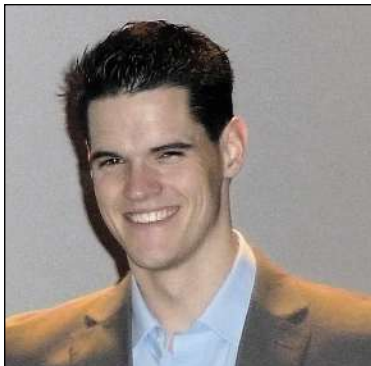


Dewi Natrop (zie foto) is op 1 mei bij **Novotel Maastricht** begonnen als **general manager**. In 1997 nam haar loopbaan een aanvang als receptioniste in dit hotel. Gedurende de jaren klom ze op tot front office manager. Na een uitstapje naar Crowne Plaza Maastricht, is ze nu weer "thuis", zoals ze zelf zegt. Novotel Maastricht behoort tot de Franse keten Accor, in 2011 verkozen tot Beste Werkgever van Nederland.
www.novotel.com
accorhotels.com

Bert Kip is per 1 september benoemd tot **managing director Chemelot Campus** en **Boy Litjens** op 1 mei tot **voorzitter** van de **Raad van Commissarissen**. De campus moet binnen de context van Brainport 2020 uitvoering geven aan de verdere ontwikkeling van Chemelot. Kip is momenteel directeur van DSM Resolve, een groep van 170 kenniswerkers op het gebied van analytische chemie, technische engineering en veiligheidsadvisering. Litjens is bij Sabic bestuursvoorzitter/CEO. Ook is hij bestuursvoorzitter van LIOF.



Berns Verhuur & Steigerbouw gevestigd in Heerlen aan de Koperslager (zie foto), kon op 1 juni haar **20-jarig bestaan** vieren. Het bedrijf verhuurt en verkoopt gereedschappen, bouwmachines en tenten. Ook zorgt Berns Verhuur & Steigerbouw voor alle reparaties en keuringen van elektrisch handgereedschap, bouwlichten en steigermateriaal.
www.berns-verhuur.nl



Vince Limpens (zie foto) is in Spaubeek gestart met **VINCE Solutions**, een ingenieursbureau gespecialiseerd in technische productontwikkeling en bouwgerelateerde zaken. Het bureau is van dienst met bouwkundig tekenwerk, gebouwdigitalisatie en bouwkundige keuringen. Limpens heeft bijna 10 jaar ervaring in diverse facetten van de bouw.
www.VINCE-Solutions.nl
www.VinceLimpens.nl



Nick Herraets (zie foto) uit Maastricht is de webshop **www.bestelmatras.nl** begonnen. Hij levert matrassen en boxsprings onder het eigen label N-Star. Alle producten zijn van Nederlandse, Belgische en Duitse kwaliteit. Bestelmatras.nl hanteert de leus 'Wij slapen goed! Nu jij nog..?'

NV Industriebank **LIOF** heeft een belang genomen in **CVIVE** Maastricht. Dit bedrijf heeft **videorecruitmentssoftware** ontwikkeld voor middelgrote en grote bedrijven. Via een interface stelt het systeem de gebruiker in staat om sollicitanten via een videoprocedure op afstand te interviewen. Op deze manier is een bedrijf in staat een goede indruk te krijgen van een sollicitant nog voordat deze daadwerkelijk op gesprek komt. CVIVE van **Reyndert Coppelmans** was in 2010 een van de winnaars van LIOF Yeah.
www.cvive.com
www.liof.nl



MVV-fans kunnen door **Uitvaartstudio** uit Valkenburg hun uitvaart in het **Geusseltstadion** van Maastricht laten verzorgen: een MVV-kist, uitvaartauto (zie foto), de stadionspeaker die iedereen welkom heet, de naam van de supporter op het scorebord, een dienst in de businessruimte van het MVV-stadion en een afscheidsborrel.
www.uitvaartstudio.com
www.uitvaartstudio.blogspot.com

Op 1 mei is het **Maastricht Congres Bureau** uitgebreid met een nieuwe participant: **Grand Café Maastricht Soiron**. Het totaal aantal participanten komt hiermee op 44. Het grand café is gelegen bij Museum aan het Vrijthof in het oude Spaans Gouvernement en onderdeel van La Bergère Hospitality Group. Het congresbureau is een stichting die Maastricht & regio in binnen- en buitenland promoot als bestemming voor zakelijke bijeenkomsten.
www.maastrichtcongresbureau.nl

Het terrein **©-Mill** in Heerlen, vorig jaar uitgeroepen tot Beste bedrijventerrein van Nederland, is toe aan de volgende fase van herontwikkeling. De Limburgse Herstructureringsmaatschappij voor Bedrijventerreinen (LHB) faciliteert ©-Mill in haar succesvolle **upgrading** van deze voormalige Philipslocatie met een lening ter grootte van € 1 miljoen. Met deze financiering kan de eigenaar de omvorming voltooien naar een 'urban-park'.
www.lhb.nu
www.cmagne.com



Ingrid Lacroix (zie foto) van **Bureau voor coaching, educatie en persoonlijke begeleiding** in Sittard, heeft haar focus gelegd op Coaching & Begeleiding van mensen met kanker en hun naasten. Als ervaren coach en trainer bezit zij de vaardigheden in het begeleiden van transformatieprocessen en als ervaringsdeskundige heeft zij bovendien op diep niveau weet van waar mensen met kanker mee geconfronteerd worden. Lacroix biedt begeleiding in iedere fase van het proces op fysiek, emotioneel, mentaal, sociaal en spiritueel vlak.
www.ingrid-lacroix.nl



Sinds 1 juni is **Jeroen Wilmes** (zie foto) regiomanager Zuid-Limburg voor **MKB Limburg**. Hij heeft bijna 25 jaar in diverse mkb-bedrijven gewerkt en de laatste 2,5 jaar is hij bij Syntens Innovatiecentrum innovatieadviseur geweest.
www.mkb limburg.nl

Fullservicekantoor **Koenen en Co** is **30 jaar** geworden. Oprichter Jac. Koenen wilde in 1982 in de zakelijke dienstverlening de beste van Limburg worden. Inmiddels is het kantoor naar eigen zeggen de grootste zelfstandige speler in Limburg op het gebied van accountancy, belastingadvies en bedrijfsadvies. Koenen en Co heeft 16 partners, 300 medewerkers en vestigingen verspreid over heel Limburg. De ambities reiken ook richting Eindhoven.
www.koenenenco.nl



Ellis Visser (zie foto) uit Maastricht is onlangs gestart bij **Chapeau! Magazine**. Nadat ze haar studie People and Business Management in Sittard had afgerond is ze per 1 juli verantwoordelijk voor de marketing, social media en evenementen bij het tijdschrift van Jo Cortenraedt.
www.chapeaumagazine.com



De leerwerkplaats **Werk aan de Winkel** in Sittard van **Jos Mevis** en **Maureen Gruisen** (zie foto) heeft haar dienstverlening op 1 juni uitgebreid: ze bewerkt nu ook de ingezamelde tweedehands kleding en verkoopt die onder het eigen label **beweraktaandewinkel**. De leerwerkplaats biedt mensen ver verwijderd van de arbeidsmarkt een traject naar verhoogde zelfredzaamheid.
www.werkaandewinkelsittard.nl

Alle zes vestigingen in Limburg van **Hekkert Autogroep** vormen sinds 23 mei een officieel **Erkend Duurzaam autobedrijf**. Het certificaat is onderdeel van de BOVAG Duurzaam Ondernemen Scan en wordt getoetst door Auto Recycling Nederland (ARN).
www.hekkertautogroep.nl



Industrieel dienstverlener **Reym** (hoofdkantoor Amersfoort, landelijk 500 medewerkers) heeft op 1 juni een **dependance** op het **Chemelot Industrial Park** in Sittard-Geleen geopend. Er werken 20 personen. Industriële reiniging vindt op Chemelot vooral plaats tijdens het onderhoud van chemische fabrieken. Reactorvaten en dergelijke worden dan vrijgemaakt van achtergebleven resten, zogenaamd sediment. Het materieel van Reym op Chemelot omvat enkele hogedruk- en drukvacuümauto's (zie foto).
www.reym.nl
www.chemelot.nl



In Maastricht is op 18 juni **Trash Deluxe** geopend, een achtkamerhotel aan de Boschstraat. Het logement is tegelijkertijd luxe en onconventioneel. Zo zijn de tweepersoonskamers tot anderhalf keer groter dan een standaardhotelkamer in het Maastrichtse. Het hotel is de eerste gezamenlijke onderneming van de restaurateurs **Benoit Chardet** (Italiaans restaurant Florian), **Rob Dresen** en **Tim Limburg** (beiden Barsserie Apart), die begin dit jaar de handen ineensloegen (zie foto).
www.trashdeluxe.nl



Informatie voor deze rubriek (tekst, foto's, illustraties, maar géén logo's) naar: kamerkrant@limburg.kvk.nl

Coppen communications+marketing bouwt aan identiteit van Chemelot Innovation and Learning Labs (Chill)

Klanten komen op meerdere momenten, bewust of onbewust, in contact met uw bedrijf, product of dienst. Zij zien uw communicatie-uitingen online, rijden langs uw bedrijfspand, spreken met medewerkers. Deze en andere contactmomenten bepalen samen de indruk die zij van uw merk hebben. Coppen communications+marketing legt zich toe op het integraal regisseren van alle contactmomenten vanuit één centrale basis: uw onderscheidend vermogen. Waarom kiest een klant voor u en niet voor uw concurrent?

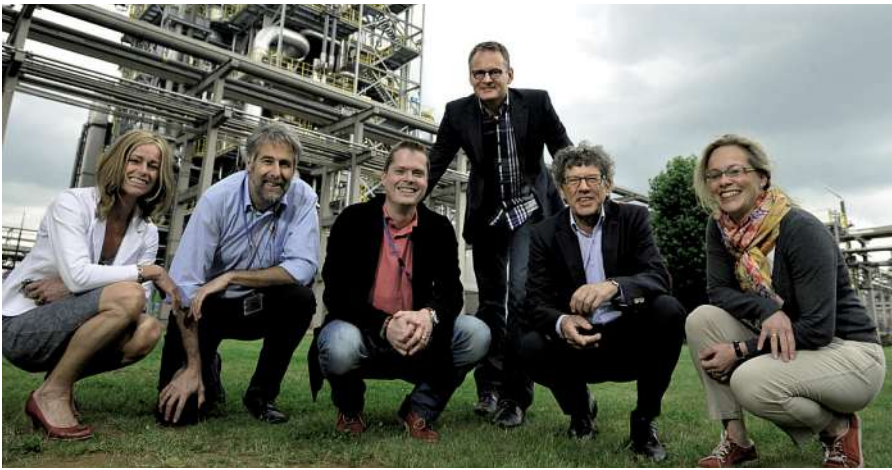
Om als bedrijf een sterke indruk te maken, daar is meer voor nodig dan een mooi logo. "Zorg er eerst voor dat de basis goed is", zegt Frank van Meijel, Creative Director bij Coppen communications+marketing. "Denk na over je positionering: hoe onderscheid jij je van bedrijven die ook doen wat jij doet? Wat wil je doelgroep? En vooral: wie ben jezelf? In al onze marketing- en communicatieprojecten is positioneren altijd stap één."

Corporate identity en communicatieconcept
De positionering is het vertrekpunt. Hoe dan verder? Frank van Meijel: "Volgende stap is het vormgeven van die positionering in een corporate identity met duidelijke tekst- en beeldvoorschriften. Denk aan zaken als tone-of-voice, kleurgebruik, typografie, grafische elementen en fotografie. Dat zijn de onderdelen waarmee je de 'identiteit van je bedrijf' bouwt. Na de corporate identity volgt de creatieve vertaling van de positionering in een communicatieconcept. Dat is het centrale idee of de kapstok waaraan alle interne en externe communicatie-uitingen worden opgehangen."

Mede-pionier
Vanaf het prille begin is Coppen communications+marketing betrokken bij Chemelot Innovation and Learning Labs. "In het begin was er nog helemaal niets", vertelt Frank van Meijel. "Geen bedrijf, geen huisvesting. Alleen een groep enthousiaste mensen met ambitieuze plannen. Bijzonder is dit

dat wij als bureau fysiek bij Chill zijn gaan zitten. Als Creative Director ben ik als het ware 'geïmplant' bij de klant. Wij hebben de geboorte van Chill dan ook van dichtbij meegemaakt. Zo'n manier van werken heeft alleen maar voordelen. Het belangrijkste vind ik dat je een sterke band met je opdrachtgever kunt opbouwen. Je zit middenin het proces, krijgt alles mee en voelt je echt mede-pionier."

Verbindend gevoel
Bij Chill heeft Coppen communications+marketing het hele traject van positionering tot communicatieconcept doorlopen. Frank van Meijel: "Dit is een mooi voorbeeld van hoe je met marketing en communicatie een nieuw bedrijf langzaam maar zeker een duidelijk gezicht kunt geven. Vergeet ook het effect van dit hele proces op de medewerkers niet. Zij werken opeens bij een bedrijf met een eigen identiteit. Dat roept een verbindend gevoel op."



Zittend: Marous Kuijter, Joost Ruland, Cyriel Mentink, Rob Ruijgrok en Diana Bartholomeus (allen van Chill). Staand: Frank van Meijel (Coppen communications+marketing)

Chemelot Innovation and Learning Labs (Chill) is het nationaal centrum voor chemie dat sinds mei van dit jaar gevestigd is op industriepark Chemelot in Geleen. Een uniek samenwerkingsverband tussen bedrijfsleven (DSM, SABIC, Chemelot, Sitech) en onderwijs (Hogeschool Zuyd, Arcus college, Leeuwenborgh Opleidingen, Maastricht University). Studenten van de genoemde onderwijscentra kunnen bij Chill terecht voor projecten in het kader van hun opleiding. Voor het bedrijfsleven buiten Chemelot is Chill de toegangspoort tot innovatieve oplossingen. "Wij willen een open en vooral laagdrempelig bedrijf zijn, zowel voor studenten als voor bedrijven", benadrukt kwartiermaker Rob Ruijgrok van Chill. "De kleine zelfstandige is hier net zo

welkom als de grote multinational. Iedereen kan bij Chill terecht om studenten een oplossing te laten vinden voor een specifiek probleem."

Verbindingen maken
Chill verbindt onderwijs met bedrijfsleven. Maar ook leren met professionaliseren, innoveren met faciliteren, marktvragen met productoplossingen, en mbo met hbo en wo. Het maken van verbindingen heeft Coppen communications+marketing als basis genomen voor de positionering van Chill. De corporate identity met als grafisch element twee tot een eenheid verbonden halve cirkels, versterkt die positionering. Verbindingen maken is ook het centrale idee in alle communicatie. Deze integrale marketing- en communicatiebenadering zorgt ervoor dat Chill wordt

gezien als het nationaal centrum voor chemie dat op verschillende gebieden en niveaus de beste verbindingen tot stand brengt.

Coppen communications+marketing
Willem II Singel 43
6041 HR Roermond
www.coppencm.nl



infour
marketing+communicatie

Meer weten? Kijk op www.infour.nl
of bel met Guido Mares / Hans Bours
T 045 571 68 60

ollemolenstraat 60 | 6416 CB heerlen
postbus 2789 | 6401 DG heerlen

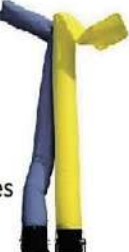


Feestpaleis Limburg

Openingen, bedrijfsfeest, promotiestunt, jubileum of andere officiële gelegenheden



- Eyecatchers
- Heliumflessen
- Skydancers & Skytubes
- Champagnefles & Jubileumbord
- Opblaasfiguren Abraham & Sarah



- Feestverlichting
- Feestversieringen
- Ballonnen wedstrijd
- Ballonpilaren & Feestbogen
- Helium ballonnen & Decoraties

www.feestpaleislimburg.nl

Hortensiastraat 12 6301WX Valkenburg info@feestpaleislimburg.nl Tel: 043-6012335 & 06-30326856

Google Pagina1

is wat we doen!



igearinternet.nl

Marjolein van Appeldorn van House Of Social Media:

“Mensen doen zaken met mensen”

Door Jos Cortenraad

Ruim de helft van het internetverkeer verloopt via de social media. Waarmee meteen duidelijk is dat ondernemers die menen zonder LinkedIn, Facebook, Twitter, YouTube of het gloednieuwe Pinterest te kunnen, onherroepelijk de boot missen.

Maar hoe zet je hét marketingmiddel van deze tijd goed in? De Kamerkrant ging te rade bij Marjolein van Appeldorn. Zij probeert bedrijven en organisaties met haar House Of Social Media op weg te helpen.

Laagdrempelig

Cijfers en argumenten heeft Marjolein van Appeldorn meer dan voldoende. Slim gebruik van de social media zorgt voor een grotere naamsbekendheid en meer omzet. De belangrijkste doelen van marketing. “En dat tegen zeer lage kosten,” zegt de Venlose, die na verschillende salesfuncties in 2006 een internetbedrijf opstartte en zich de laatste anderhalf jaar volledig toelegt op social media. “Heel laagdrempelig, iedereen kan het. Je hoeft niet te adverteren of kostbare folders te verspreiden.”

Pinterest

Het klinkt simpel, maar veel ondernemers worstelen met de vraag welke middelen ze moeten inzetten. Een

Tips van House Of Social Media

- Bepaal je doel, doelgroepen en platform.
- Bepaal je waardepropositie.
- Zorg voor goede content, formuleer zorgvuldig wat je te bieden hebt.
- Weet wat er speelt en wat er over je gezegd wordt.
- Reageer op feedback.
- Koppel online en offline. Zet de social media waarin je actief bent op je visitekaartje, in je etalage, op de kassabon, op je briefpapier, et cetera.

Online ondernemen in opkomst

Ruim 95 procent van de ondernemers gebruikt internet voor bedrijfsdoeleinden. Dit varieert van een eigen website met of zonder webshop tot het inzetten van social media.

Mkb'ers verwachten binnen twee jaar ruim 20 procent van hun omzet via internet binnen te halen. Ruim een kwart van het mkb zet internet in om diensten of producten te verkopen.

Vooraf bedrijven in de detail- en groothandel gebruiken een webshop als extra verkoopkanaal. Zij verdienen 35 procent van hun omzet online en de verwachting is dat dit percentage blijft stijgen.



Marjolein van Appeldorn: “Mensen zijn steeds vaker geneigd om zich eerst via de social media te informeren voordat ze iets bij je kopen of een gesprek aangaan.” (Foto: Lé Giesen).

standaard-handleiding is er niet. “Nee, het is maatwerk. Zoals altijd in communicatie is het belangrijk om je doelgroep te kennen. Wie zijn je (potentiele) klanten of relaties? Gebruiken ze LinkedIn, Facebook of doen ze veel op Twitter? Dat kun je allemaal opzoeken met enkele simpele zoekopdrachten. Zijn ze visueel ingesteld? Gebruik dan een platform waarmee je goed beelden kunt laten zien. Nieuw in dit verband is Pinterest. Daarmee kun je een afbeelding of plaatje op een virtueel prikbord zetten en delen met je contacten. Die kunnen dat weer doorsturen naar hun contacten. Ideaal in de modewereld, lifestyle en woninginrichting. Pinterest

is het snelst groeiende sociale platform op dit moment met nu al twaalf miljoen leden.”

Gratis internethulp voor mkb'er

Mkb'ers die hulp willen bij het opzetten of verbeteren van hun website of webwinkel, kunnen hiervoor gratis hulp krijgen.

Met het landelijk programma 'Nederland Verdient Online' helpen organisaties als Google en MKB Nederland het midden- en kleinbedrijf om internet beter in te zetten. De hulp blijft niet be-

en wat deel je dan via Twitter? Toch niet de simpele mededelingen dat je net een broodje hebt gegeten of je haren gewassen? “Nee, als onderneming hou je Twitter zakelijk. Maar er mag best een vleugje over jezelf in, over je privéleven. Het is een sociaal medium, de mensen verwachten dat van je. Indien je zakelijk twittert, zorg er dan voor dat je dit doet met een persoonlijk profiel in plaats van het logo van je bedrijf. Mensen doen zaken met mensen, bedrijven niet met bedrijven. Op Twitter is men met name geïnteresseerd in de persoon, in tweede instantie in het bedrijf.

LinkedIn

Met LinkedIn is dat weer anders, dat is voornamelijk bedoeld voor netwerkvorming en zakelijke dialogen.” Met de keuze van een of meerdere sociale media en een netwerk met adressen ben je er nog niet. “Tweede stap is het formuleren van de boodschap. Wat vertel ik mijn relaties? Hoe vaak doe ik dat? Doe dat goed, want social media zijn je visitekaartjes. Mensen zijn steeds vaker geneigd om zich eerst via de social media te informeren voordat ze iets bij je kopen of een gesprek aangaan. Half ingevulde profielen zijn dodelijk.”

Dialogoog

Grote kracht van de social media is de interactiviteit. “Je hebt direct een dialogoog met de mensen in jouw netwerk. Je kunt meningen peilen, om een reactie vragen. Het is erg belangrijk dat je snel reageert op vragen of tweets. Zorg ook dat je weet wat er over je gezegd wordt, via een zoekopdracht. Als mensen in een tweet klagen over je restaurant, benader ze en biedt wat aan. Het is een kans om direct met je doelgroep te communiceren. Mooi voorbeeld is die grote aanbieder van tv, telefoon en internet die sneller reageert op een tweet dan via de telefonische servicedesk. Zorg ervoor dat je webcare op orde is en controleer wat er online over je bedrijf geschreven wordt. Maar het geldt net zo goed voor het mkb en de zzp'ers. Reageren is echt belangrijk.”

Samen met de ondernemer stelt House Of Social Media een strategie op. “We bepalen het doel, de doelgroepen, kiezen de middelen en zorgen voor een creatieve presentatie. Uiteraard verzorgen we ook trainingen om de benodigde kennis over te brengen. De ondernemer doet de rest.”



perkt tot het opzetten van een website en webwinkel, ook krijgen ondernemers tips over online advertentiecampaagnes en betaalmogelijkheden en over het verzenden van goederen die via de webwinkel zijn verkocht.

Groeien

Het programma is gestart omdat de meeste mkb'ers wel een webshop heb-

ben, maar niet weten hoe ze deze optimaal kunnen benutten. Tegelijk blijkt uit een onderzoek van McKinsey dat bedrijven die internet gebruiken, twee keer sneller groeien dan bedrijven die dat niet doen.



Nieuw: Olympisch social media-magazine

Door Susan Gijsberts

Topsport Limburg introduceert tijdens de Olympische Spelen in Londen een nieuw communicatiemedium: een social media-magazine. Het wordt via social media en mail verspreid en is te bekijken via tablets, mobiele telefoon en computer.

Het maakt dan ook niet uit of de ontvanger op het strand in Italië ligt, een wandeling door New York maakt of aan het werk is. Topsport Limburg verwacht met het magazine tijdens de Spelen dagelijks tussen de 150.000 en 200.000 mensen te kunnen bereiken.

Interactief

Het Olympisch social media-magazine is de opvolger van de Ezines die Topsport Limburg al twee jaar inzet in haar communicatie. Ezines zijn digitale magazines met tekst, foto's, muziek, filmpjes, geluidsfragmenten, met verbindingen naar social media en website. Het social media-magazine is interactiever, kan gemakkelijk worden gedeeld op Facebook, Twitter en LinkedIn, en is te bekijken op alle communicatiedragers. Het magazine is ontwikkeld door sportcommunicatiebureau Mixed Zone, in samenwerking met Zuyd Hogeschool.

Mix

Geert Ruigrok, directeur van Topsport



Limburg, heeft hoge verwachtingen van het magazine. “Het is een manier van communiceren die helemaal past bij deze tijd. We kunnen op deze manier heel veel (jonge) mensen bereiken die op hun beurt het magazine ook weer kunnen delen met anderen via social media. In feite combineren we krant, televisie en radio. Juist die mix maakt het magazine zo leuk. Je kunt erin lezen en de bijbehorende filmpjes bekijken, je kunt via de social media zelf een bijdrage leveren aan het ma-

gazine, je kunt reageren op teksten en filmpjes, enz. Vernieuwend en interactief. Ik verwacht dat veel mensen het leuk vinden om op deze manier dagelijks de verrichtingen van Limburg op de Olympische Spelen in Londen te kunnen volgen.”

Limburg Lounges

Met 'Limburg' doelt Ruigrok niet alleen op de verrichtingen van de Limburgse sporters. “Limburg gaat veel meer

doen in Londen, variërend van studiereizen tot presentaties. De hele mondiale sportwereld komt samen tijdens de Spelen, en dat is natuurlijk een prima podium voor Limburg om zich te presenteren. Het social media-magazine zal ook over die activiteiten berichten. We gaan in Londen aan de slag met Limburg Lounges. Dat zijn vaste en mobiele ontmoetingsplekken waar sporters, supporters, coaches, ondernemers en bestuurders elkaar treffen, maar ook gasten uit andere landen ontmoeten. Op die manier kijken we ook door een andere Limburgse bril naar de Olympische Spelen dan de reguliere media doen.”

Gratis

Het Olympisch social media-magazine is gratis. Door bestaande databestanden met elkaar te verbinden, beschikt Topsport Limburg nu al over zo'n 15.000 digitale adressen. Zij krijgen het magazine met het verzoek om het te delen met anderen via social media en mail. “We vragen ook onze ruim 200 partners en relaties om het magazine intern te verspreiden. We verwachten zo dagelijks tussen de 150.000 en 200.000 mensen te bereiken. Als het magazine in de smaak valt, willen we het na de Olympische Spelen mogelijk vaker gaan inzetten.”





Intergarde een veilig gevoel

- Particuliere Alarm Centrale
- Keyholding & Alarmopvolging
- Mobiele- en winkelsurveillance
- Permanente bewaking
- Receptiediensten
- Security Management
- Beveiligingsadvies
- Inbraakbeveiliging
- Branddetectie
- Cameratoezicht
- Toegangscontrole

Bewaking • Technische Beveiliging • Particuliere Alarm Centrale



Hoofdkantoor

Withuisveld 18
6226 NV Maastricht
Telefoon 043 - 631 06 31

Correspondentie-adres

Postbus 5065
6202 WE Maastricht

www.intergarde.nl



Makkelijk over op IBAN.
Dat is het idee

Rabobank. Een bank met ideeën.

Doe de 'Rabosepacheck' via
www.rabobank.nl/rabosepacheck.nl



KAMERKRANT

Ook adverteren bij het thema?

21 september 2012

**Bedrijfswagens (Logistiek,
Transport & Mobiliteit)**

19 oktober 2012

Bedrijfshuisvesting/Bedrijventerrein

17 november 2012

Personeel/Opleidingen

14 december 2012

Wetten, regels & Fiscaliteiten

Neem contact op met:

Edwin Philippens 06-10382272 e.philippens@weijmans.com

Randal Esser 06-15884447 resser@weijmans.com

045-7111882 www.weijmans.com



Eersteklas verpakkingswerk!

Als ondernemer hebt u het al druk genoeg. Een goede reden om bijvoorbeeld verpakkingswerk uit te besteden aan WAA groep. We verpakken al tientallen jaren een breed scala aan producten.

Denk bij onze diensten aan het verpakken en ompakken, etiketteren en sealen van producten, het samenstellen en assembleren van producten, het opzetten en afvullen van displays, het verwerken van blisters, het coderen van pakketjes, en ga zo maar door. Geen vraag is ons vreemd.

Dankzij onze ervaren medewerkers en onze gunstige ligging aan logistieke hotspot Venlo, zijn we in staat om eersteklas werk te leveren: snel, kwalitatief hoogwaardig, accuraat en efficiënt.

Meer weten? Neem gerust contact met ons op voor een kennismakingsgesprek.



WAA groep

KvK-workshop helpt mkb'ers bij doeltreffende marketing en communicatie

Hoe introduceer ik mezelf op de markt?

Door Marleen van de Laar

Uw product of dienst staat als een huis. Toch kan het lastig zijn om hier het juiste verhaal bij te vinden, laat staan het juiste communicatiemiddel of kanaal.

Het huidige communicatielandschap is immers zo divers dat het begrijpelijk is als u soms door de bomen het bos niet meer ziet. Herkent u zich in het bovenstaande, dan bent u zeker niet de enige. Een succesvolle marktintroductie blijkt voor veel mkb-ondernemers een lastige stap.

Middelen en kanalen

De vierdelige workshop Marktintroductie van KvK Limburg helpt u om helder te krijgen hoe u zich wilt positioneren, welke boodschap u wilt overbrengen en welke middelen en kanalen u hiervoor kunt inzetten. Pedro Nijssen, MKB Versneller bij KvK Limburg, merkte in zijn gesprekken met ondernemers dat een groot aantal van hen behoefte heeft aan ondersteuning op het gebied van marketing en communicatie. "Uiteraard

Eenvoudiger bv een feit

De Eerste Kamer heeft op 12 juni het wetsvoorstel vereenvoudiging en flexibilisering bv-recht aangenomen. Hiermee worden de regels voor besloten vennootschappen met beperkte aansprakelijkheid (bv's) eenvoudiger en flexibeler. Zo komen er meer mogelijkheden om in de statuten af te wijken van wettelijke bepalingen en is een minimumstartkapitaal van 18.000 euro niet meer nodig. Ook verdwijnt de verplichte bank- en accountantsverklaring bij inbreng in natura. De wijzigingen gaan in op 1 oktober aanstaande.

Tool berekent CO2-uitstoot multimodaal transport



Het programma Green Hub wordt mede mogelijk gemaakt met financiële ondersteuning door Provincie Limburg, Kamer van Koophandel Limburg en Ondernemend Limburg.

De uitstoot van CO2 door wereldwijde multimodale transporten kan nu worden berekend met een nieuwe tool: ABCO2, een zogenaemde software as a service (SaaS)-oplossing.

De tool, die op 31 mei tijdens de Nationale Distributiedag in Venlo werd gepresenteerd, berekent ook alternatieven, zoals het effect van andere vervoersmodaliteiten of van bundeling van transportstromen.

Standaard

ABCO2, zou een standaard moeten zetten. Daar is behoefte aan in de markt. De ontwikkeling van ABCO2 is onderdeel van het programma Green Hub van Greenport Venlo, dat tot doel heeft de logistieke regio Viaport Venlo verder te ontwikkelen als duurzame en innovatieve logistieke regio. De tool



"In relatief korte tijd krijg je ontzettend veel informatie en dat maakt het ook best een pittige workshop." (Foto: Peter Wijnands Photography).

kun je hiervoor een professional inschakelen, maar niet alle ondernemers kunnen of willen hier geld aan uitgeven. Om hen een extra alternatief te bieden, besloten wij om in samenwerking met Coppen communications+marketing uit Roermond deze workshop te organiseren. In vier avonden gaan de deelnemers zelf aan de slag met het maken van een communicatiedashboard: een overzichtelijk schema dat de ondernemers helpt om hun innovatieve producten en diensten op de juiste manier te verkopen. Zo maken zij de vertaalslag van strategie naar uitvoering."

Communicatiedashboard

Ondernemer Norbert Schmidt, eigenaar van DDQ uit Valkenburg, nam deel aan de workshop. "Als ontwikkelaar van apps voor mobiele toestellen vond ik het moeilijk om mijn bedrijf op de juiste manier te profileren. Aan de hand van het communicatiedashboard zijn we aan de slag gegaan met de vraag hoe je je bedrijf het beste in de markt kunt zet-

ten. In relatief korte tijd krijg je ontzettend veel informatie en dat maakt het ook best een pittige workshop. Maar ik heb er heel veel van opgestoken. Het

maken van het communicatiedashboard dwingt je echt tot nadenken. Na afloop heb ik naar aanleiding van het dashboard mijn website aangepast. Een echte verbeteringsslag!"

Deelname

Heeft u interesse in de workshop Marktintroductie? Na de zomer wordt er een nieuwe ronde georganiseerd. De vier bijeenkomsten vinden plaats op 24 september, 15 oktober en op 5 en 26 november van 16.00 tot 20.00 uur. Rond 18.00 uur worden er soep en broodjes geserveerd. De bijeenkomsten zijn in het Ondernemersplein Roermond (Steegstraat 5). De kosten voor de vierdelige workshop bedragen € 350,-. Wees er echter snel bij, want het aantal plaatsen is beperkt (maximaal tien). Aanmelden via:



Certificaat Duits voor leerlingen Bonnefanten College Maastricht



21 leerlingen van het Bonnefanten College in Maastricht kregen eind mei hun Zertifikaten Deutsch. Zij hadden de cursus buurttaalonderwijs gevolgd, die sinds 2010 op de regionale onderwijs- en arbeidsmarktagenda van Provincie Limburg staat.

Behalve Duits, staat ook Frans op deze agenda. De oorspronkelijke subsidie bedroeg 70 duizend euro, waarvan 20 duizend door KvK Limburg beschikbaar was gesteld.

Limburgse scholengemeenschappen deden er dusdanig massaal een beroep op, dat Provincie besloot het bedrag te verhogen tot 83.700 euro. Daardoor

konden zich niet 400, maar 660 leerlingen in buurtalen bekwalen.

Goethe Institut

In 2011 slaagden er al veel leerlingen in, hun Zertifikaten te behalen. In totaal deden vorig en dit jaar 440 leerlingen examens. Nu zitten er nog 40 in de planning. Eind dit jaar wordt het aantal van 500 leerlingen gehaald. Met deze aantallen had het Goethe Institut in Amsterdam, dat de methode heeft ontwikkeld, moeite om de examinering te organiseren. Collega's uit Bonn en Düsseldorf moesten bijspringen. Meer info: Mario Nefkens, mnefkens@limburg.kvk.nl, telefoon 088-9876 486. (Foto: Luc Hommes)

Ondernemersplein decor web-tv

De redactie van WijLimburg.nl maakt sinds 14 juni in totaal tien economieprogramma's. Ze worden opgenomen in het Ondernemersplein Roermond en komen tot stand in samenwerking met Kamer van Koophandel Limburg.

Deze programma's voor en door ondernemers worden onder meer op de WijLimburg-site 'uitgezonden'. De eerste aflevering ging over uitbeste-

ding van diensten, latere behandelen andere, uiteenlopende aspecten van het ondernemerschap.

Wie mee wil doen als spreker of kijker ter plekke, kan zich opgeven via redactie@wijlimburg.nl. De opnamen zijn 's morgens en duren grofweg een uur.



Colofon

Kamer van Koophandel Limburg
De Kamerkrant is een uitgave van de Weijmans Media Groep, voor alle bij de Kamer van Koophandel ingeschreven ondernemingen in Limburg.

Realisatie:
Kamer van Koophandel Limburg
Postbus 180, 6040 AD Roermond
Steegstraat 5, 6041 EA Roermond
Telefoon: (088) 9876 200
Fax: (088) 9876 201
kamerkrant@limburg.kvk.nl
www.kvk.nl/kamerkrantlimburg
www.kvk.nl/limburg

Redactie:
Huub Hovens,
hovens@limburg.kvk.nl,
(088) 9876 456

Ambaum Media & Communicatie,
Steyl,
www.ambaum.nl

Cox Copywriting,
Weert,
www.coxcopy.nl

BCcommunicatie & tekst,
Meerssen,
www.bccommunicatie.nl

DTP/opmaak:
Weijmans Media Groep, Helmond
Orderbegeleiding: Ruud van Doorn
Vormgeving: Kees van Triel
Telefoon: (0492) 472121
www.weijmans.com

Advertenties:
Edwin Philippens 06-10382272,
e.philippens@weijmans.com
Randal Esser 06-15884447,
resser@weijmans.com
Telefoon: (045) 7111 882



Oplage: 48.549 exemplaren
ISSN: 1388-1248

Voor informatie over abonnementen of het aantal te ontvangen Kamerkranten kunt u zich wenden tot Maya Cahn, mcahn@limburg.kvk.nl

Het overnemen van artikelen, geheel of gedeeltelijk, is toegestaan, mits met bronvermelding. Voor de inhoud kan geen aansprakelijkheid worden aanvaard.

Copyright (c) 2012 KvK Limburg

Gratis spreekuren 2012

Accountant

Voor (startende) ondernemers met vragen op het gebied van boekhouden, administratie, fiscaliteiten, jaarcijfers, aangiftes en accountantsverklaringen. Door de Nederlandse Beroepsorganisatie van Accountants (NBA). www.nba.nl

Belasting

Ondernemers in de dop die zich oriënteren op het zelfstandig ondernemerschap, kunnen in dit spreekuur specifieke vragen voorleggen aan een klantmanager van de Belastingdienst.

Marketing

Voor gevestigde ondernemers en marketingmedewerkers in het Limburgse mkb. U praat vertrouwelijk met een deskundige van MarketingCirkel Limburg.

Subsidies

Tijdens een 45 minuten durend gesprek gaat een specialist van RTE Adviesgroep (www.rte.nl) met u na welke mogelijkheden er zijn. Alleen voor ondernemers in Limburg. Zie: www.kvk.nl/subsidiespreekuur

Schuldbegeleiding

In samenwerking met Philips|Stiels Schuldbemiddeling. Voor gevestigde mkb-ondernemers.

Technostarters

Door de Nederlandse Orde van Uitvinders (NOVU). Er kunnen vragen aan de orde komen over ideebescherming, marktonderzoek, marketing en het ondernemingsplan. Aanmelden: www.technostarters-spreekuren.nl

Advocaten

Ondernemers kunnen een vraag of probleem van juridische aard voorleggen aan mr. Nancy Boijmans of mr. Jos Bloo van Meulenkamp advocaten in Venlo, of aan Daemen Advocaten uit Brunssum.

Notaris

Verzorgd door Metis Notarissen uit Beek (www.metisnotarissen.nl). U krijgt onafhankelijk, persoonlijk advies over bijvoorbeeld ondernemingsrecht, familierecht, huwelijksvoorwaarden, pensioenrechten en erfrecht.

Bedrijfshuisvesting

De Wabo (Wet algemene bepalingen omgevingsrecht) stelt de regels voor onder meer bouwen, gebruiken en slopen. De spreekuren vinden tweemaal per maand tussen 9 en 12 uur plaats in Roermond en worden gegeven door deskundigen van Croonen Adviseurs uit Echt. www.kvk.nl/spreekuurhuisvesting

Bedrijfsoverdracht/-overname

Individuele gesprekken, gratis voor inwoners uit Zuid-Limburg met de postcodes 6120 tot en met 6471. Inwoners uit Midden- en Noord-Limburg betalen 50 euro per gesprek.



Voor meer informatie:
telefoon 088-9876400,
secretariaat@limburg.kvk.nl
www.kvk.nl/spreekurenlimburg

Er kan er maar 1 de goedkoopste zijn

Speciale actie voor de Limburgse ondernemers



1. De nieuwe **HTC One X** van ~~€ 499,-~~ voor maar **€ 450,-**
2. De nieuwe **Samsung Galaxy S3** van ~~€ 599,-~~ voor maar **€ 550,-**
3. De nieuwe **Iphone 4s 16GB** van ~~€ 599,-~~ voor maar **€ 530,-**

Nu ook **40% korting** op alle accessoires en onderdelen.
Keuze uit ruim 10.000 stuks.