

SALLANDS magazine ONDERNEMERS

A portrait of Marlon Marsman, a woman with blonde, wavy hair, smiling slightly. She is wearing a white ruffled top and gold hoop earrings. The background is a warm, orange-toned abstract pattern.

Marlon Marsman

wil met ING het hart van de
regionale ondernemer veroveren

SOM's In de Spotlights: Marc Scholten van Beerwulf:
leve de man die het bier aan huis uitvond

SOM's Passie: Ferry Wunnink en Hugo Geurtse: ondernemers,
buurmannen en hardloopmaatjes

SOM's Succesfactor: Azerty nestelt zich tussen de grote jongens
dankzij e-commerce met boerenverstand



PreCooll

Optimalisatie van bestaande en nieuwe
koel- en vriesinstallaties

- Tot 40% lagere bedrijfskosten
- 20% hogere koelcapaciteit
- 20% piekstroomreductie
- Tot 40% minder CO₂-uitstoot

OXYCOM
natural air conditioning

Oxycom Fresh Air BV

Kaagstraat 31 - NL-8102 GZ Raalte - T +31 (0)572 349 400

E info@oxy-com.com | www.oxy-com.com

De kans is groot...

De kans is groot dat je rond kerst en oud en nieuw een aantal welverdiende vrije dagen hebt. De kans is groot dat je dan wél wat meer tijd neemt voor familie en vrienden. De kans is groot dat je dan wél een moment vindt om even goed in de spiegel te kijken.

In deze laatste dagen van december ontkom je er niet aan: de terugblikken op het jaar 2019 en in mindere mate ook wat we mogen verwachten voor het nieuwe jaar. We kijken misschien naar het Sportgala om een mooi overzicht te krijgen van het afgelopen sportjaar of we zijn aan de buis gekluisterd voor het jaaroverzicht van het NOS Journaal. Maar wat doen we zelf? Blikken we ook terug op weer een jaar als ondernemer?

Waarschijnlijk gaat het bij jou net zoals bij mezelf: we gaan gewoon door, want ondernemers denken dat ze niet kunnen stilstaan. Geen moment van reflectie. Altijd maar door in de vaart der volkeren. Maar dan, na een brakke Nieuwjaarsdag, mag je op 2 januari weer aan het werk. Wellicht met allerlei goede voornemens of nieuwe doelen.

Dat lijkt een prima uitgangspunt om het nieuwe jaar vol vuur aan te vliegen, maar in de dagelijkse praktijk blijkt het ook een moment te zijn dat veel mensen in vertwijfeling raken en ondersteuning nodig hebben bij hetzij professionele hetzij persoonlijke ontwikkeling. Dat horen we althans van een andere bewoner van het PAAL5 bedrijfsverzamelgebouw.

Zij leert ons dat het daarom juist heel goed is om het ondernemersjaar wel af te sluiten. Net zoals we vroeger aan het eind van het jaar altijd 'balansen' is het een prima idee om de balans op te maken. We hebben dan misschien vaak de neiging om alleen te kijken naar de zaken die niet goed zijn gegaan, maar dat is wel wat kort door de bocht. SOM voor jezelf vooral ook de succesjes op. Alleen dan kun je spreken over balans.

Haar boodschap en die van ons is dus: 'neem de tijd om het jaar af te sluiten en begin het nieuwe jaar met een schone lei'. Misschien heb je een beetje inspiratie nodig of kan het figuurlijke duwtje in de rug je op het juiste spoor zetten. In dat geval is deze wintereditie van het Sallands Ondernemers Magazine een prima vertrekpunt.

Voor ons is het een feestelijk nummer, want het is de tiende editie van SOM. De kans is groot dat we dit succes wel gaan vieren!

Namens het team van SOM wensen we je inspirerende kerstdagen en een ondernemend 2020!



Martijn Jansman

Uitgever

Sallands Ondernemers Magazine





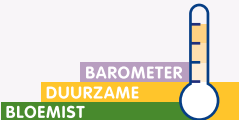
Receptie Zakelijke lunches en diners
Live cooking Eindejaarsborrel
Bedrijfsfeest Personeelsfeest



06 - 22 25 32 42 | info@cateringbyerwin.nl | www.cateringbyerwin.nl



**Nodig ons eens
uit als sfeermakers in
je bedrijfspand!**



BAROMETER
DUURZAME
BLOEMIST

Niveau Brons – SGS 201501-21

WWW.PASSIEFLORASALLAND.NL

Kwartel 4, 8103 EB Raalte (Noord)

WIJ HEBBEN BANEN !

Flexible+
STERK IN WERK & OPLEIDING

SCHRIJF JE IN EN SOLLICITEER DIRECT!
WWW.FLEXIBLEPLUS.NL

 Klipperweg 14, 8102 HR Raalte

 088 3103 199  info@flexibleplus.nl

SOM's uitgelicht

Uitgever

N35 Media BV
Paalweg 5, 8141 RT Heino
0572 39 55 58
info@n35.nl
www.n35.nl

Redactie

Rudi Buitenkamp (hoofdredacteur)
06 22 13 12 06
rudi@n35.nl

Yvonne van Deursen

yvonne@n35.nl

Bladmanager

Martijn Jansman

Ontwerp & vormgeving

Inez Oldeboer

Oda Jansen

Yvonne van Deursen

Fotografie

Stefan Kemper Fotografie

Maeike Blauw Fotografie

Paul van der Wal Fotografie

Visual Impact

MOOI! media & more

Sales

Martijn Jansman

06 51 29 96 22

martijn@somonline.nl

Druk

Veldhuis Media

Sallands Ondernemers Magazine verschijnt 4 keer per jaar. De oplage is 5.500 exemplaren op basis van controlled circulation in de plaatsen Raalte, Olst, Wijhe, Dalfsen, Heino, Nieuwleusen, Heeten, Haarle, Bathmen, Schalkhaar, Diepenveen, Lettele, Colmschate, Okkenbroek, Lemelerveld, Broekland, Laag Zuthem, Lierderholthuis, Luttenberg, Mariënheem, Nieuw-Heeten, Welsum, Wesepe, Deventer en Zwolle.

Volg ons!    

16



De Firma en BusinessClub
Zonder Grenzen: netwerken
zonder al te veel poespas

30



Brasserie Dert13n is
geen horecagelegenheid
waarvan er dertien in een
dozijn gaan

41



Feestwinkel De Goede
Keus en Bakkerij Van
der Most zetten de
deur open voor mooie
samenwerking

24



Azerty hoeft niet de
grootste te worden,
maar wil wel de beste
dienstverlener zijn

36



Jordy Spikker
Eigenaar van Effectief

46



Ferry Wunnink en Hugo
Geurtse houden het
heilige hardloopvuur
brandend

SOM jaargang 4 | editie 1

gaat vanaf 27 maart 2020 in de verspreiding

Copyright

Niets uit deze uitgave mag zonder schriftelijke toestemming van de uitgever worden overgenomen en vermenigvuldigd. Het ongevraagd toesturen van fotomateriaal geschiedt op eigen risico.

Heeft u suggesties, vragen, complimenten of klachten over Sallands Ondernemers Magazine? Mail dan naar info@somonline.nl



Mede-initiatiefnemer Marc Scholten geeft graag vervolg aan jongensdroom

Beerwulf en de magie van het online bier (ver)kopen

'Al kreeg ie nooit 't lintje van verdienste op z'n borst
Dankzij de brouwer hebben we nooit meer dorst
Dus maak je borst en je glas maar nat en zeg ons plechtig na:
Leve de man die het bier uitvond van je hieperdepiep hoera!'

Het is de tekst die me door het hoofd schiet als fotograaf Stefan Kemper en ik Belgisch Biercafé Olivier in Utrecht verlaten. Althans in ieder geval de laatste zin, de rest hebben we er met dank aan Google bij gezocht. Geweldige tekst natuurlijk van Cocktail Trio. Waarom ik er aan denk? Vanwege het bruggetje met Marc Scholten. Hij mag tijdens deze kersteditie van SOM In de Spotlights. Speciaal voor hem passen we de tekst wel iets aan: 'Leve de man die het **bier aan huis** uitvond'!

De geboren Ommenaar (43) is namelijk één van de initiatiefnemers van Beerwulf. Het geniale concept dat zo'n 3,5 jaar geleden is ontstaan en waarbij je via de webshop allerlei mooie speciaal biertjes kunt kopen. Die vervolgens in een mooie, stevige doos aan huis worden afgeleverd. En de stuksprijs ligt notabene op hetzelfde niveau als in de supermarkt of slijterij. Hoe is het dan in godsnaam mogelijk om hier een verdienmodel van te maken? "We verdienen aan de marges tussen inkoop en verkoop", stelt hij even kort als duidelijk.

Als je alleen kijkt naar Nederland, is Marc Scholten een echte globetrotter. Geboren in Ommen, opgegroeid in Nijverdal, gestudeerd in Tilburg, nu woonachtig in Den Haag en werkzaam in Amsterdam. Natuurlijk begint hij het gesprek in algemeen beschaafd Nederlands, maar naarmate de middag (en ook het aantal speciaal biertjes bij ons) vordert, steekt het Twentse accent steeds nadrukkelijker de kop op. Het is mooi om te zien dat hij niet krampachtig probeert zijn roots te onderdrukken. "Het klopt inderdaad dat ik wel meer Twents ga praten als ik een paar biertjes op heb, ha ha. Ik ben ontzettend dankbaar voor de nuchterheid die ik van huis uit heb meegekregen, maar we moeten die bescheidenheid wel wat meer laten varen", weet hij de perfecte balans tussen zijn twee leefwerelden te vinden.

Alles is meetbaar

Het idee voor Beerwulf komt uit de koker van Heineken en als puntje bij paaltje komt, is Neerlands grootste brouwer nog steeds de eigenaar. Het functioneert echter wel als

zelfstandig bedrijf. "We moeten alleen per kwartaal onze cijfers laten zien", aldus Scholten die verantwoordelijk is voor de marketing. "Eerder heb ik me onder andere beziggehouden met de re-branding van de Brand-flesjes, maar daarna was ik toe aan een andere uitdaging. Toen onze general manager Hans de plannen voor een online bierwinkel ontvouwde en ik me blijkbaar in de kijker had gespeeld, kon ik niet aan de zijlijn blijven staan."

"Ik ben al jaren een echte biergek", gaat hij enthousiast verder terwijl ondertussen zijn favoriete biertje wordt geserveerd: de Westmalle Triple. "Bier is een geweldig product en er zijn zoveel brouwers met mooie verhalen. Heb je trouwens enig idee hoeveel geregistreerde biermerken we momenteel in ons land hebben? 700! En een derde deel brouwt het helemaal in eigen beheer! Het speciaal bier was in de vergetelheid geraakt, maar is nu meer aanwezig dan ooit", stelt Scholten waarbij hij terug denkt aan een thuisbrouwwedstrijd die Brand 9 jaar geleden uitschreef. "Toen heb ik al kennis gemaakt met het kleinschalig brouwen. Fantastisch!"

Beerwulf is zijn eerste ervaring met e-commerce. "De grap is dat de knop 'koop nu' in campagnes vroeger mijn grootste vijand was en nu is het mijn grootste vriend. Alles wat we doen, is meetbaar." Daarom durft hij ook wel de voorspelling aan dat de bierwebshop in 2021 voor het eerst winst gaat maken.

Hè, jullie maken dus nog geen winst?

"Nou, nee. In het begin komen allerlei kosten op je af. Denk aan financiële systemen, logistiek en het bouwen van de website. Bovendien moet je goed kijken hoe je het marketingbudget uitgeeft. Zo hebben we veel geïnvesteerd in mooie filmpjes van brouwers in binnen- en buitenland. We vonden namelijk dat de focus niet moet liggen op ons verhaal, maar op dat van de brouwers. Al doende leert men, zullen we maar zeggen.

Op deze herfstige vrijdagmiddag is het heerlijk vertoeven in het bierlokaal achter Utrecht Centraal Station. In zo'n ambiance is het gemakkelijk om je gedachten de vrije

loop te laten en is een vooruitblik naar het nieuwe jaar een prettig en dankbaar gespreksonderwerp. Zeker als je een marketingexpert als Scholten tegenover je hebt zitten. Aan plannen geen gebrek. "Je mag er wel van uitgaan dat we in 2020 nog meer met alcoholvrij gaan doen. Dat is nu al één van de best verkopende pakketten binnen Beerwulf en met name de alcoholvrije IPA's zijn echt heel erg goed. Logischerwijs gaan er dan ook meer soorten bier op onze thuistapsystemen komen zodat je zelf in kleinere hoeveelheden speciaal bier kunt tappen."

Eerlijke prijzen

Qua internationalisering gaat de focus meer uit naar het uitbreiden van het potentieel in landen waar Beerwulf al een voet aan de grond heeft dan dat het vizier wordt gericht op nieuwe afzetgebieden. Dat betekent dus dat de focus komt te liggen op Nederland, België, Frankrijk, Duitsland, Italië, Zwitserland, Spanje, Oostenrijk, Luxemburg en de UK.

Het bedrijf heeft vooral hoge verwachtingen van Italië. De start met de verkoop van thuistapjes en de bijbehorende fustjes is in ieder geval veelbelovend. Maar ook in de andere Zuid-Europese landen als Spanje en Frankrijk, waar toch vooral veel wijn wordt gedronken, gaat Beerwulf helemaal los. Met het hele assortiment, van thuistapsystemen tot bierpakketten met blikjes.

Ja, het is even wennen voor de bierdrinkers die blikjes nog associëren met de camping of het goedkope Duitse bier dat in halve liters wordt verkocht in de Aldi's van deze wereld, maar bier in blik wordt c.q. is een hype. "Het materiaal is tegenwoordig zo goed dat je geen bijsmaak meer hebt en je kunt het natuurlijk gewoon in een glas

uitschenken. Blik heeft een aantal voordelen. Je kunt het gemakkelijker en in grotere hoeveelheden transporteren en in tegenstelling tot glas heb je geen last van lichtinval als je het bier buiten hebt staan. Dat komt de hoppige bieren zeker ten goede. Het mooie van blik is ook dat je meer kunt doen met het label en dus een verhaal kunt vertellen. Dat is marketingtechnisch wel weer interessant."

In 3,5 jaar tijd actief in meer dan 10 landen. Dat mag je met een gerust hart omschrijven als een wereldprestatie van het internationale (22 nationaliteiten) team dat vanuit Amsterdam actief is. Het lijkt dan misschien of het gemakkelijk is om overal voet aan de grond te krijgen, maar niets is minder waar. "Je hebt natuurlijk altijd met de kwestie transport te maken, terwijl we wel garanderen in ieder geval binnen 48 uur te leveren. Maar, wat denk je van de accijns. Dat verschilt nogal per land en daarom zijn we ook gedwongen om onze prijzen voor bepaalde landen naar boven bij te stellen. We werken aan eerlijke prijzen, voor zowel de consumenten als de brouwers."

Het mooie is dat het aanbod per land verschilt "Natuurlijk kunnen we niet om de grote merken heen, maar de kracht van Beerwulf is juist dat we ook de minder bekende bieren in ons assortiment opnemen. Je moet dan wel een goede prijscombinatie vinden, want in de Beerwulf-filosofie draait het allemaal om toegankelijkheid."

Schap van elastiek

Als het gaat om nieuwe bieren zit Scholten er bovenop. Het geeft hem ook een geweldige kick. "Twee weken geleden ben ik gebeld door Brouwerij Vandestreek uit Utrecht. Ze hadden een mooi blond bier met mango (Manmanmango) gebrouwen. Dit in combinatie met de podcast



“ De brouwers willen
brouwen en zich geen
zorgen maken of het bier bij
de consument komt. ”



Manmanman. Of dat misschien in ons assortiment kon worden opgenomen. Als je nu in de webshop kijkt, zie je het al staan. We kunnen sneller schakelen dan de retailer, want ons schap is van elastiek. Kijk, daar word ik oprecht blij van”, aldus de halve Tukker die zichzelf direct corrigeert. Want, het schap, dat is natuurlijk figuurlijk bedoeld. Bij een online bierwinkel praat je namelijk over (goed geconditioneerde) warehouses. In het geval van Beerwulf zijn dat er drie, waarvan één in de UK.

We kijken om ons heen en de vrijdagmiddagborrel in Utrecht is al vroeg begonnen. In onze ooghoeken zien we mannen en vrouwen van alle leeftijden genieten van (speciaal) biertjes in combinatie met lekker eten. Het betere bourgondische leven zullen we maar zeggen. Het roept de vraag op hoe Beerwulf eigenlijk omgaat met alcohol en minderjarigen. Want, het lijkt zo gemakkelijk, effe anoniem online bestellen en je krijgt de alcohol thuis afgeleverd. En het moment kun je zelf bijna bepalen...

“We zijn natuurlijk voorstander van verantwoord alcoholgebruik, dus onze instructies aan de DHL-chauffeurs zijn heel duidelijk. Als een jongere het pakket in ontvangst wil nemen, moet degene een geldig 18+ ID-bewijs laten zien. Als we de leeftijd niet kunnen checken en bij de geringste twijfel gaat het pakket gewoon terug.”

Bier proeven

Net als het drinken van speciaal bier heeft ook het brouwen van speciaal bier – logisch ook, want het één is onlosmakelijk

verbonden met het ander – een vogelvlucht genomen. “Soms staan de brouwers letterlijk op de stoep om hun bieren aan te prijzen. In het begin wisten we niet goed wat we konden verwachten. Dat bierbrouwers wellicht geen zaken met ons wilden doen, omdat zo’n grote partij als Heineken zich als investeerder had aangediend. Het goede van Beerwulf is echter dat we de brouwers juist heel erg helpen. Zij willen brouwen en zich geen zorgen maken of het bier bij de consument komt. Nou, die zorg nemen wij juist uit handen.”

Om de potentiële thuisbrouwers onder de Sallandse ondernemers alvast de wind uit de zeilen te nemen: een belangrijk criterium om in aanmerking te komen voor een felbegeerd plekje in de webshop van Beerwulf is dat je wel een bepaalde omvang moet hebben. Een ander criterium is natuurlijk de smaak. “Ja, ik proef zelf heel veel”, bekent Scholten meteen. “Maar, dat is omdat ik het zelf wil. Niet omdat het moet. We hebben ook een taste panel waarin vooral biersommeliers zijn vertegenwoordigd. Niemand heeft iets te maken met Beerwulf zodat we een onafhankelijk oordeel krijgen. Zij proeven, wij krijgen feedback en geven dit terug aan de brouwers zodat ze hun product eventueel ook nog kunnen verbeteren.”

Als je dit verhaal leest, lijkt het alsof Marc Scholten de ideale baan heeft. En we horen hem zeker ook niet klagen. “Het kan wel als een jongensdroom beginnen, maar we moeten er alles aan doen om de magie van het online speciaal bier kopen in stand te houden.” Maar ja, als je direct bij de start van Beerwulf aangeeft dat je de grootste online bierwinkel van Europa wilt worden...

Ambitieuze Adviseur Zakelijk Marlon Marsman pakt de handschoen graag op

ING wil het hart van de regionale ondernemer veroveren

Qua zichtbaarheid lag het accent van ING het laatste jaar te weinig op het gebied tussen Deventer en Raalte. Ruim een half jaar geleden besloot de 'bank met de leeuw' het roer om te gooien. Met Marlon Marsman, de Heetense met Holtense roots, als vooruitgeschoven post wordt het hart van de regionale ondernemer weer veroverd.

Samen met collega's Julian Brands (net als Marlon Adviseur Zakelijk), Ive Hulleman en Wouter van Zelderen (beiden Private Banker) is ze actief vanuit het ING-kantoor aan de Smedenstraat in Deventer. Ze werken intensief samen om het beste advies te geven en zijn geregeld in het werkgebied te vinden om bij (potentiële) klanten op bezoek te gaan. "Dan krijg je meer gevoel bij de ondernemer en zijn of haar bedrijf. Ik wil zien waar de klant is gevestigd en hoe hij/zij te werk gaat. Dat komt het zakelijk advies absoluut ten goede", zegt de Heetense.

Met Marlon en collega's Ive, Julian en Wouter is ING sterk vertegenwoordigd in de Sallandse netwerken. "ING biedt mij de kans om me op het speelveld tussen zakelijke ondernemers te

begeven. ING is een commerciële bank met een sterke, professionele cultuur en ik krijg hier de kans om mijn ambities te realiseren."

Marlon heeft in Salland de verantwoordelijkheid over zakelijke kredieten tussen de 2,5 ton en 5 miljoen euro. Bij kredietaanvragen boven 5 miljoen euro wordt de samenwerking gezocht met de collega's van Grootzakelijk. Zij bedienen de gehele regio Noord-Oost Nederland vanuit het regiokantoor in Zwolle. "Hier is veel sector kennis bijeengebracht en de collega's beschikken over een groot netwerk in de betreffende sectoren."

Cijfers én het verhaal

Vaak kun je de werkwijze van een bedrijf of instelling – in dit geval de ING – het best

illustreren met een voorbeeld. Marlon Marsman heeft geen enkele moeite om een sprekend voorbeeld te vinden: "Onlangs hebben we een ondernemer mogen helpen met een volledige herstructurering van de zakelijke financieringen. Door snel te schakelen en een goede en scherpe aanbieding te doen, hebben we dit traject binnen een korte periode afgerond. Tegelijkertijd hebben we de ondernemer geholpen met zijn woningfinanciering en zijn de eerste lijnen uitgezet om meer uit zijn vermogen te halen. Het is fantastisch om een ondernemer volledig te ontzorgen, zowel zakelijk als privé."

Het draait om de wijze waarop je de (potentiële) klant voorthelpt, waarbij ING haar klanten altijd zo breed mogelijk adviseert. "Wij



Marlon Marsman | Adviseur Zakelijk
06 2719 0433 | marlon.marsman@ing.com



Ive Hulleman | Private Banker
06 1142 2075 | ive.hulleman@ing.com



Julian Brands | Adviseur Zakelijk
06 1123 2697 | julian.brands@ing.com



Wouter van Zelder | Private Banker
06 2521 7457 | wouter.van.zelder@ing.com

willen graag weten wie je bent, wat je drijft en hoe wij met elkaar jouw doelen kunnen bereiken. Onze Private Bankers Ive en Wouter zijn specialisten, en daar werk ik intensief mee samen. Of het nu gaat om het structureren van je vermogen, de overdracht van je bedrijf of als je als oud-ondernemer je vermogen wilt laten renderen en je kennis wilt delen: in alle gevallen hebben wij de expertise in huis om je verder te helpen."

Lokale rol

De financiële sector verandert in snel tempo, internet en callcenters vervangen de lokale kantoren. "ING is betrokken bij lokale ondernemers en blijft aanwezig in de lokale markt, zoals onder andere te zien op de videoschermen bij Stöppelhaene".

Veel ondernemers maken gebruik van een externe adviseur om hen te begeleiden bij een financieringstraject. ING werkt graag en veel samen met deze lokale partners om

het financieringstraject tot een succes te maken. "Een ondernemer wordt ontzorgd en wij hebben baat bij een snelle en correcte aanlevering van informatie. Ik ben blij dat we die lokale rol en samenwerking met lokale partners vanuit ING nu in Salland meer en beter vervullen. Of het nou lease, vastgoed of een overname betreft, we kunnen ondernemers overal bij assisteren." ING is rechtstreeks te bereiken via Marlon en haar collega's. Daarnaast kom je ze veel tegen in de lokale netwerken. Marlon vindt het vooral oprecht leuk oude bekenden en klanten te treffen en nieuwe ondernemers te leren kennen. "Vanuit die gedachte ben ik ook een aantal jaren geleden toegetreden tot het bestuur van de Heetense Ondernemers Vereniging (HOV) en recent tot de sponsorcommissie van Stöppelhaene."

Wil je hier verder over praten? Voor de eerste 10 ondernemers die naar aanleiding van dit artikel met ING in gesprek gaan, staat er een mooie attentie klaar.

Compleet in installaties



ASSINK WEUSTINK
DE PLUS IN ELEKTROTECHNIEK

0572 - 36 33 55

INSTALLATIEXPERTS
VEELJOUW-BETROUWBAAR

0572 - 36 28 74

AUTOMATIONEXPERTS
INDUSTRIËLE OPLOSSINGEN

0572 - 35 30 80

www.assinkweustink.nl Raalte

OPLEIDING & TRAINING op unieke locatie



**Realistische en praktijkgerichte
trainingen op maat**



- | | | |
|--------------------|-----------------|---|
| • 17 jan en 21 feb | • VCA Basis/VOL | • |
| • 30 januari | • BHV opleiding | • |
| • 9 januari | • BHV Herhaling | • |



T 0572 - 85 08 86

M 06 - 18 37 67 83

E info@mboost.nl

W www.mboost.nl

Nieuwe Lemelerveldseweg 11, 8102 SH Raalte

Word SOMbassadeur!

SOM is toe aan de volgende stap. Het magazine staat als een huis en de website somonline.nl maakt sprongen. Bij zo'n leuke familie, daar wil je toch bij horen?

Als je met jouw bedrijf SOMbassadeur wordt, krijg je een:

- Bedrijfsprofiel op www.somonline.nl
- Gratis toegang tot 4 bladpresentaties van het nieuwe Sallands Ondernemers Magazine
- Gratis toegang tot 2 SOM Events met gastspreker
- Logovermelding op de SOMbassadeurpagina's in het magazine
- 25% korting op online adverteren

En dat voor slechts € 149,- per jaar



Neem voor meer informatie contact op met Martijn Jansman (06 - 51 29 96 22)



SchoeBroek Advocaten wil niet doemdenken, maar ziet het vaak misgaan

“Stel altijd een overeenkomst op als je gaat samenwerken”

Het is zo verleidelijk. Je ziet een fantastische zakelijke kans aan de horizon en met wie kun je die uitdaging beter aangaan dan met dat ene familielid, die trouwe vriend of collega met wie je zo'n goede klik hebt. Het eerste jaar gaat het fantastisch. Jullie zitten helemaal op één lijn, maar dan komen ineens scheurtjes in de relatie. De compagnon heeft een andere koers voor ogen en wil liever een winstuitkering dan het geld investeren in het bedrijf.

Herkenbaar? Misschien niet alles, maar vast wel gedeeltes. Heb je het zelf niet aan den lijve ervaren, dan ken je ongetwijfeld wel iemand in jouw omgeving die het heeft meegemaakt. “In het enthousiasme om een zakelijke uitdaging op te pakken, wordt vaak niet goed genoeg nagedacht over de samenwerking. Als dan plotseling een kink in de kabel komt en het vertrouwen weg is, wordt het helemaal ondoorzichtig. Stel dus altijd een overeenkomst op als je gaat samenwerken.

Dat hoeft niet altijd heel formeel. Ook een mailwisseling, waarin drie belangrijke punten zijn uitgewerkt, kan heel verhelderend zijn”, geven Marian Ellenbroek en Christa Schoemaker van SchoeBroek advocaten & mediators aan.

Loopgravenoorlog

Volgens de grondleggers van het kantoor met vestigingen in Deventer en Raalte is het aan de orde van de dag. Eerst is het allemaal rozengeur en maneschijn en dan pakken de donkere wolken zich ineens samen. En wil één van de twee zelfs de samenwerking verbreken. “Velen denken dat je dan terug kunt vallen op bepaalde wettelijke bepalingen, maar zo simpel is het niet. En om een loopgravenoorlog te voorkomen, heb je dus een document nodig waarin in ieder geval bepaalde afspraken zijn gemaakt m.b.t. de financiële afhandeling en het verrichten van concurrerende activiteiten na de samenwerking.”

Natuurlijk snappen de dames van SchoeBroek dat het ongemakkelijk is om dit soort afspraken te maken met een goede vriend, familielid of collega, maar toch moet je het wel doen. “Het liefst aan het begin, maar het kan eventueel ook wel later. Het is in ieder geval goed om bepaalde scenario's door te spreken waarbij het echt niet allemaal juridisch waterdicht hoeft te zijn.”

Niemand zit te wachten op dit soort zakelijke ellende, maar als het afscheid dan toch onvermijdelijk is, is het maar beter dat het snel wordt afgehandeld. En dat kan alleen als er duidelijke afspraken zijn. “Als je voor de rechtbank komt te staan, kan het maanden en misschien wel een jaar duren voordat er duidelijkheid is. En vergeet niet wat in de tussentijd de gevolgen kunnen zijn voor jouw dienstverlening. Zo kan de onrust er voor zorgen dat klanten gaan lopen.”

Flexibele houding gemeente Raalte zorgt voor stijging verkoop op De Zegge VII

'Kavel op maat' is aantrekkelijk voor ondernemers met nieuwbouwplannen

Het moet toch een heerlijk gevoel zijn voor de gemeente Raalte als je kunt beschikken over ambassadeurs als Wim Harbers. Zijn Timmerbedrijf Mekenkamp groeide uit het jasje aan de Overkampsweg. Hij liet diverse opties, zowel binnen als buiten de gemeente, de revue passeren en koos uiteindelijk toch voor nieuwbouw op De Zegge VII. Opnieuw in Raalte dus! Ten tijde van het gesprek wordt de laatste hand gelegd aan de inrichting, maar hij weet nu al zeker geen spijt te hebben. "Wat ik als bijzonder mooi heb ervaren, is dat je met aannemer en gemeente aan één tafel zit. Samen kijken naar wat voor alle partijen de beste oplossing is."

Een 'gewone burger' zegt dan misschien direct dat het niet meer dan logisch is dat een gemeente meedenkt. Maar, we weten wel beter. In het verleden waaide er wel degelijk een andere wind. En Harbers heeft in zijn zoektocht naar geschikte locaties met gemeentes gesproken waar de traditionele manier van denken nog altijd de boventoon voert.

"Dan ervaar je de opstelling van de gemeente Raalte echt wel als bijzonder prettig. We doen een flinke investering en dan is het fijn dat je gebruik kunt maken van het 'Kavel op maat principe'. Dat je dus kunt overleggen over hoe je het gebouw neerzet en waar in- en uitritten komen. De gemeente moet zich natuurlijk aan de richtlijnen houden, maar ze heeft gewoon oog voor de dagelijkse praktijk."

Uiteraard is het een mix van factoren die Timmerbedrijf Mekenkamp hebben doen besluiten om hier te blijven. "Raalte scoort goed qua logistiek. Zeker met de Weg door Salland is sprake van een goede verbinding met de A1 bij Deventer. Wat voor mij ook een belangrijke afweging is, is dat Raalte een mooie centrale ligging heeft voor onze medewerkers. Die komen vooral uit Raalte, Deventer, Rijssen en Zwolle en we willen ze koesteren. Het is in onze branche al moeilijk genoeg om aan goed personeel te komen."

Niet dichtttimmeren

Marlon Hallink en Pieter Nijland van de gemeente Raalte omarmen 'Kavel op Maat'.

"De Zegge VII is een ruim bestemmingsplan. Belangstellenden mogen aangeven wat ze willen en dan proberen wij maatwerk te leveren. Natuurlijk hebben we kavels van concrete afmetingen, maar je moet niet alles willen dichtttimmeren. In deze tijd moet je flexibel zijn."

Het gesprek vindt plaats in de fraai ingerichte kantine van Timmerbedrijf Mekenkamp. De grote ramen bieden alle gelegenheid om lekker van je af te kijken en dan valt de blik automatisch op het Boetelerveld. "Hier gaat de hectiek van de werkplek over in de rust van de natuur", vat Marlon de setting samen met een mooie beeldspraak. Het is inderdaad een prachtig natuurgebied, maar het heeft eveneens het predicaat Natura 2000-gebied gekregen. En het kan daardoor mogelijk een rem zetten op toekomstige bouwplannen op bedrijventerrein De Zegge.

De twee medewerkers van de gemeente Raalte erkennen dat de hele stikstofdiscussie een uitdaging is voor De Zegge VII. "Maar", werpen ze tegen, "wat we gelukkig wel merken, is dat ondernemers doorgaan met rekenen en tekenen. Dat zien we graag, want afhankelijk van het type bedrijf is voldoende mogelijk. Dat mogen we zeker ook afleiden uit de laatste berekeningen rondom de stikstofdepositie die we hebben ontvangen. Onze boodschap aan de ondernemers met nieuwbouwplannen is dus: laat je niet afremmen! Ga zo snel mogelijk

met ons in gesprek en dan laten we tevens de collega's van Ruimte en Milieu meedenken. Dan kun je samen meters maken en weet iedereen wat de mogelijkheden zijn."

Pioniers

Het is een prettige constatering dat gemeente en ondernemers goed samenwerken, maar bedrijven kunnen onderling eveneens veel van elkaar leren. Marlon Hallink, Pieter Nijland en de andere collega's van het economisch cluster helpen graag om ondernemers met elkaar in contact te brengen. "Als je nu wilt bouwen, dan is gasloos bijvoorbeeld een belangrijk thema. Voor de meeste bedrijven is het echter onontgonnen gebied. En dan is het fijn als je voor bepaalde ervaringen kunt aankloppen bij een pionier zoals Bepacom." "Of bij Timmerbedrijf Mekenkamp", geeft Harbers lachend aan dat hij ook wel als ambassadeur wil fungeren. Zeker als het gaat om de aanleg van warmtepompen mag je hem inmiddels omschrijven als ervaringsdeskundige.





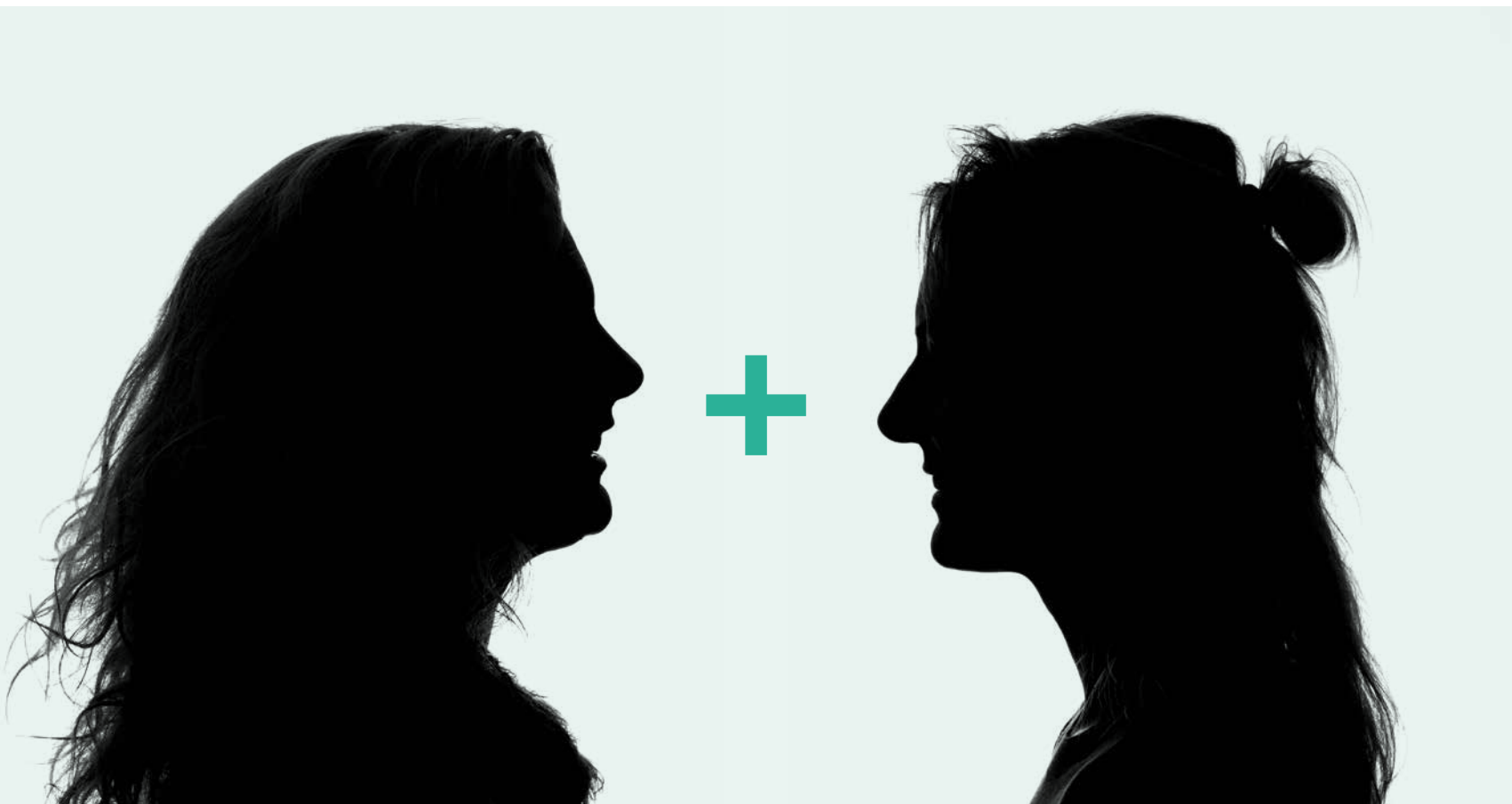
De stand van zaken op De Zegge VII

De Zegge VII is de laatste uitbreiding van dit bedrijventerrein. Voor wie nieuwsgierig is: dit is het gedeelte met spannende namen van natuurkundige eenheden zoals Volt en Kelvin. Al ontbrak het bordje Voltstraat nog wel toen we over de bewuste weg reden...

Voor wie een nieuwsgierige blik wil werpen: het is grofweg het gedeelte van De Zegge dat zich uitstrekt tussen Overkampsweg en de Achterweiweg. Tijdens het gesprek geven Marlon Hallink en Pieter Nijland van

de gemeente Raalte aan dat inmiddels 6,5 hectare is verkocht. Van de resterende kavels is 3,5 hectare in optie of gaat het overleg de afrondende fase in. "Dan hebben we het over grote en kleine bedrijven uit Raalte, maar ook ondernemers van buiten Raalte." Om het rekensommetje af te maken, betekent dit dat ten tijde van dit schrijven nog bijna 11 hectare beschikbaar is."

Voor meer actuele informatie, kijk ook eens op www.dezegge7.nl



BusinessClub Zonder Grenzen en De Firma haken aan bij behoefte van ondernemer

Netwerken zonder al teveel poespas en de druk van het zaken moeten doen

Elk dorp van een beetje omvang heeft wel een traditionele ondernemersvereniging. De leden treffen elkaar ongeveer eens in de twee maanden of het kwartaal voor een bedrijfsbezoek, een gezellig uitje, een themabijeenkomst of een vergadering. Zo ging het jarenlang en zo gaat het waarschijnlijk nog vele jaren. Toch zijn in de loop van de tijd allerlei nieuwe initiatieven ontstaan. Om toch een soort leemte op te vullen. We proberen de meerwaarde van twee van deze businessclubs boven tafel te krijgen, maar oordeelt u vooral zelf!

In het onderkomen van PrintXpert in Deventer krijgen Barbara Jansen en Ines Brinkerink de kans om eens wat langer met elkaar van gedachten te wisselen. De beide voorzitters – van respectievelijk De Firma en BusinessClub Zonder Grenzen – kennen elkaar van een eerdere ontmoeting, maar er was nog geen gelegenheid om meer dan een paar woorden uit te wisselen.

Laten we maar eens beginnen met hoe beide clubs zijn ontstaan.

BCZG: "Ik was betrokken bij de oprichting van Business Club Deventer. Dat heb ik twee jaar gedaan en heb toen het initiatief genomen voor een eigen businessclub. Zonder grenzen, omdat er bij veel vergelijkbare clubs allerlei muren worden opgetrokken. Dat doen wij dus niet. Er is geen branchebescherming, het maakt niet uit of je alleen werkt of met personeel en ook niet waar je bent gevestigd."

DF: "Daar hebben we al een raakvlak. Met een aantal andere ondernemers ben ik in Raalte gestart met BNI De Wouw, maar na een paar

jaar was ik klaar met de structuur van de BNI. Dat was bijna tien jaar geleden de inleiding voor De Firma. Met de gedachte om elkaar te ontmoeten en beter te leren kennen door 1x per maand iets te organiseren. Overigens doen wij wel aan branchebescherming en de leden moeten unaniem instemmen met een nieuwe aanwinst. Ja, het is inderdaad wel eens gebeurd dat we iemand moeten teleurstellen."

DF: "Overigens, zijn het allemaal MKB'ers die lid zijn van BusinessClub Zonder Grenzen?"

BCZG: "Het merendeel is inderdaad afkomstig uit het MKB, maar er is ook een aantal grotere bedrijven lid. Hoe is dat bij jullie?"

DF: "Ook een mix van beiden."

Het accent ligt vooral op het netwerken?

DF: "Bij ons staan de activiteiten in het teken van bedrijfsbezoeken, thema-avonden en

SOM'S NOABERSCHAP

Doen ondernemersverenigingen veelal hetzelfde werk en is alleen de aanpak verschillend? Er is slechts één manier om achter de waarheid te komen. SOM brengt iedere editie twee vertegenwoordigers van ondernemersverenigingen en/of businessclubs uit ons verspreidingsgebied aan tafel. Het ene moment zijn we interviewer, het andere moment notulist, want we juichen het juist toe als ze met elkaar in gesprek gaan. En wie weet, leidt het zelfs wel tot een innige band. In deze aflevering schuiven Barbara Jansen (voorzitter De Firma) en Ines Brinkerink (voorzitter BusinessClub Zonder Grenzen) aan.

“ Bij beide clubs zitten genoeg ondernemers die met innovaties en nieuwe samenwerkingen bezig zijn en de clubs dus blijven opschudden. ”

sinds kort gaan we ook één keer per jaar een weekend weg. Het leuke is dat je dan andere gesprekken hebt. Daarna zie je echt iets veranderen in de groep. Een verschil met BCZG is dat hun bestuur qua inhoudelijk programma wat meer bepaalt. Wij doen de jaarplanning samen met de leden. Er is altijd wel iemand die iets wil organiseren, dus iedere maand staat in het teken van één van onze leden. Dat stemmen we ieder jaar af en de invulling regelt de ondernemer zelf. Sommigen willen graag hun bedrijf laten zien en een ander neemt ons bijvoorbeeld mee naar de leukste klant of een inspirerende locatie.”

BCZG: “Het netwerken trekken we vrij ver door, want de activiteiten worden georganiseerd door de leden zelf. De ene keer is het business met bijvoorbeeld een bedrijfsbezoek of een spreker, de andere keer is het pleasure met bijvoorbeeld een walking dinner langs 5 restaurants. Bij elk restaurant heb je een andere tafelenoot en je krijgt telkens een tafelvraag die je moet beantwoorden. We ervaren deze afwisseling tussen business en pleasure als een goede mix.”

BCZG: “Wat we denk ik ook delen, is dat bij beiden niet echt sprake is van een oog pakkengehalte. Dat zie je dus wel bij de BNI. Het staat me echt tegen dat je daar iets moet doen voor een ander. En of het altijd werkt, is ook maar de vraag. Bij de businessclub van Go Ahead Eagles is het altijd gezellig en voor mijn gevoel ligt de gunfactor dan een stuk hoger. Wat ik zelf ook niet zo prettig vind, is het tijdstip waarop de BNI bij elkaar komt. Altijd in de vroege ochtend. We hebben heel bewust voor de avond gekozen. Elke tweede woensdagavond om precies te zijn.”

DF: “Helemaal mee eens. Wij komen elke eerste donderdag bij elkaar. Direct vanuit het werk om 18.00 uur zodat we gezellig samen kunnen eten.”

Hoe zit het met de business? Een verplichting of een prettige bijkomstigheid?

BCZG: “We willen niets verplichten, maar je merkt vaak wel dat partijen elkaar nadien gemakkelijk opzoeken als ze denken dat ze iets voor elkaar kunnen betekenen. En als iemand een concrete zoekvraag heeft, kan hij/zij dit

delen met onze besloten Facebookgroep. Doordat het er wat losser aan toegaat, kunnen we stellen dat het elke maand weer een feestje is.”

DF: “Ik denk wel dat het er bij ons iets zakelijker aan toegaat. Wij peilen met enige regelmaat of de leden er ook business uit halen en of we als bestuur ergens mee kunnen helpen.”

Beide businessclubs zijn voortgekomen uit een eigen behoefte c.q. ontstaan als afsplitsing van een andere businessclub. Betekent dat ook dat het lastig is om ondernemers aan je te binden? Omdat er misschien al zoveel clubs zijn. Ondernemersvereniging, BNI, businessclubs algemeen en businessclubs in het voetbal...

BCZG: “We hebben 47 leden en dus niet te klagen. Dat relatief hoge aantal heeft ongetwijfeld te maken met het feit dat we niet aan branchebescherming doen. Waarom zou je ook? We zien dat bedrijven uit dezelfde branche elkaar zelfs kunnen versterken.”

DF: “Momenteel hebben we 25 ondernemers op de ledenlijst staan. Nieuwe leden zijn

nog steeds van harte welkom, maar de club hoeft niet al te groot te worden. We willen voorkomen dat er groepjes ontstaan.”

De traditionele ondernemersverenigingen staan er om bekend dat ze de belangen van hun leden vertegenwoordigen als ze eens in de zoveel tijd aanschuiven bij een gemeente. Hoe werkt dat bij jullie?

DF: “Ons grote voordeel is dat de gemeente Raalte lid is van De Firma en we dus eventueel direct zaken kunnen doorspreken.”

BCZG: “Onze leden komen overal vandaan, dus dat betekent dat we met meerdere gemeentes te maken hebben, maar we hebben in principe geen contact met overheden. Mocht bij de leden een duidelijke vraag of kwestie leven, wordt het eerst in de besloten Facebookgroep besproken. Eventueel kunnen we daarna besluiten om de situatie ergens onder de aandacht te brengen.”

DF: “Bij De Firma gaat het er organischer aan toe. Als we horen dat er binnen de club iets leeft, dan kijken we als bestuur wat we kunnen doen. Indien nodig nemen we contact op met één van onze leden voor meer informatie en zoeken we gezamenlijk naar een oplossing.”

Nu we er toch zijn, grijp dan maar de gelegenheid om meteen een beetje reclame te maken. Met andere woorden: als er geïnteresseerde ondernemers zijn, kunnen ze zich dan nog aanmelden?

DF: “We hebben geen ledenstop. Wie interesse heeft, wordt van harte uitgenodigd om sfeer te proeven. Wat mij betreft, zou het wel leuk zijn als zich een leuke, jonge ondernemer uit de bouw meldt, want er zijn momenteel geen bouwers vertegenwoordigd.”

BCZG: “We hebben al een mooie groep, maar

het is altijd mogelijk om je aan te melden. Bij ons kun je gerust een paar avonden komen om te ervaren of het iets voor je is.”

Hoe blijven jullie bij de tijd? Wordt er bij tijd en wijle een enquête gehouden?

DF: “We proberen inderdaad wel om de leden continu te polsen en op te halen wat er bij hen leeft om op die manier de club te blijven ontwikkelen.”

BCZG: “We werken niet met briefjes. Via de onderlinge contacten wordt wel duidelijk wat er speelt en waar de behoeftes liggen. Wel proberen we met de tijd mee te gaan door te kijken welke sprekers ‘hot’ zijn.”

DF: “Dat is inderdaad wel een voorwaarde om niet stoffig te worden, maar daar ben ik ook niet zo bang voor. Bij beide clubs zitten genoeg ondernemers die met innovaties en nieuwe samenwerkingen bezig zijn en de clubs dus blijven opschudden.”



Alle ruimte voor groei in materialen, nieuwe ontwikkelingen en medewerkers

Fraizle begint aan nieuwe fase op bedrijventerrein Deventer

Ook al werken ze voor organisatoren van grote festivals en worden ze ingeschakeld door lokale overheden, Fraizle kun je nooit betichten van arrogant gedrag. "We pakken nog steeds van alles aan. Een klant die z'n mijlpaal van 50 levensjaren wil vieren met een mooi feestje is voor ons net zo belangrijk als de grotere festivals", vertellen eigenaar Jozef Doedens en medewerkers Chiel Kamphuis en Ramon Keuben.

Als je ze een beetje kent, weet je dat het geen loze praatjes zijn. Hoewel ze alle reden hebben om er anders over te denken, want 'die geluidsmannen' zijn uitgegroeid tot de partij in Salland waar je niet meer omheen kunt als het gaat om licht, geluid en video. Of het nu een bedrijfsfeest is, een theater- of toneelvoorstelling, concert, evenement of festival.

De veranderende status zorgde er voor dat Doedens moest nadenken over de toekomst. Uitbreiding van het huidige onderkomen bij huis of verhuizing naar een bedrijfspand. Het werd het laatste. "Verbouwen in het buitengebied van Deventer blijft lastig en je wilt ook een goede werkplek bieden aan

je personeel en meer uitstraling hebben voor je klanten", geeft hij de belangrijkste argumenten aan om te verkassen naar een mooi onderkomen aan de Osnabrückstraat in Deventer. "Mooi centraal. Dichtbij de binnenstad en we zitten snel op de A1. Bovendien kunnen we hier beschikken over veel opslagmogelijkheden, een plek om te vergaderen, kantoorruimte en een aparte kantine. We zijn een echt bedrijf geworden", zegt hij lachend.

De nieuwe locatie geeft ruimte voor groei. Zowel in de orderportefeuille als in het aantal medewerkers. Zeker als die nieuwe krachten beschikken over ervaring op het gebied van magazijnwerk, techniek en onderhoud van licht- en geluidsapparatuur. "De lat ligt altijd hoog. We blijven investeren in materialen, nieuwe ontwikkelingen en medewerkers", klinkt het ambitieus. Dat daar een prijskaartje aan moet hangen, dat is niet meer dan logisch. "Kwaliteit moet betaald worden."

Geluidsmetingen

En met kwaliteit bedoelen ze meer dan alleen een goed stukje geluid, want het is net zo



belangrijk om het beheersbaar te houden. Als het gaat om checken van het geluidsniveau is Fraizle uitgegroeid tot expert. Ze worden ook regelmatig ingeschakeld voor geluidsmetingen. Bijvoorbeeld door een gemeente die zeker wil weten of een nieuwe bioscoop voldoet aan alle eisen. Of dat een organisator van een muziekoptreden in de binnenstad zich wel houdt aan de voorgeschreven 85 dB. "We doen de meting, maar geven ook een duidelijke terugkoppeling aan de gemeente. Het gebeurt namelijk ook wel dat de muziek keurig in de buurt van de 85dB blijft, terwijl je met het applaus van de bezoekers over die grens gaat."

Een derde belangrijke tak is het advies aan horecabedrijven, theaters en andere instellingen die over een goede geluidsinstallatie willen beschikken. Fraizle levert, installeert en zorgt voor het onderhoud. "En dan kijken we echt niet op een uurtje. Het is belangrijker om te werken aan een relatie voor de lange termijn."



Nieuwe website live! En nu?

Het heeft veel tijd en moeite gekost, maar je nieuwe website staat eindelijk live. Enthousiast als je bent, deel je dit op social media. Vrienden, familie en bestaande klanten vinden het fantastisch, maar daarna blijft het stil. Weinig verkeer, geen aanvragen. Au, wat nu?

Op Internet heb je fantastische ideeën gelezen om van je website een succes te maken. En iedereen zegt dat ze dé gouden formule hebben. De ene specialist zegt dat je moet bloggen, een andere zegt dat je social media moet inzetten. En weer iemand anders zegt dat je nieuwsbrieven moet versturen.

Je begint voorspoedig met alles, maar al snel neemt de intensiteit van de activiteiten af. De dagelijkse werkzaamheden gaan door en je hebt niet het idee dat de website bijdraagt aan meer opdrachten.

In het meest ideale scenario krijg je bezoekers op de website en nemen ze contact met je op. Echter, uit mijn ervaring weet ik dat het niet zo gemakkelijk gaat. Ik ben van mening dat de gouden formule niet bestaat. Een gouden formule voor jouw organisatie wel.

Onderzoek eerst wie je doelgroep is, waar zoeken ze op in Google. Verwerk dit ook op landingspagina's op je website en adverteer eventueel online. Zorg voor een automatische workflow om leads te verleiden en te overtuigen. Zoek ook uit op welke social media de doelgroep actief is. Wees daar aanwezig en focus alleen op die kanalen.

Realiseer je dat het echte werk pas begint als je website live staat. Je kan er niet van uit gaan dat er gelijk een stroom van bezoekers op je website komt. Wanneer mensen online zijn, zoeken ze een oplossing voor een probleem. Los dit probleem op.



*“ De eerste indruk maak
je maar één keer! ”*



Veldhuis Media



Hairstyling Mariël



Hairstyling Mariël

*Meer dan 35 jaar ervaring
in projectstofferings!*

Marktstraat 23
8102 CH Raalte
0572 - 35 34 85
info@haarco.nl

www.haarco.nl

Elke reclame-euro wordt goed besteed dankzij uitgekiend advies van All-Inn

Effectieve reclamecampagnes met dank aan datasegmentatie

Natuurlijk heb je voldoende bedrijven die volledig overschakelen op marketing via online kanalen. Vaak met als argument dat je mee moet met de tijd en dat de offline media hun langste tijd hebben gehad. Als kind van deze moderne tijd kan Pim Jansen het argument begrijpen, maar hij gaat er niet (volledig) in mee. De directeur van All-Inn in Twello gelooft namelijk nog altijd in de kracht van print. Zeker als je kunt vertrouwen op het fenomeen datasegmentatie.

'Wij kennen alle brievenbussen van Nederland'. Dat is de tekst waarmee de bussen van All-Inn dagelijks de weg opgaan. Een prachtige kreet die vertrouwen uitstraalt. Maar het ligt ook nog eens heel dichtbij de werkelijkheid. Met 4.000 bezorgers die door weer en wind de weekkranten en folders bezorgen, heeft het bedrijf de brievenbussen in Nederland aardig in kaart. En - dat is de grote plus van All-Inn - ze hebben goed in beeld welke bewoners de krant en folders uit de brievenbus halen. We hebben het dan niet alleen over de samenstelling van het gezin, maar ook over zaken als leeftijd, de grootte van de tuin en of er pak 'm beet wel of niet wordt



getennist. Dat soort gegevens komen dankzij datasegmentatie naar boven en helpt de klant dus om heel gericht zijn reclameboodschap weg te sturen. "Het heeft bijvoorbeeld geen zin om folders van grasmaaiers te verspreiden in een wijk waar alleen flats staan. Dankzij datasegmentatie kunnen wij selecties maken op basis van postcodes. Zodat mensen op basis van hun gazon de juiste grasmaaieraanbieding onder ogen krijgen."

Brug slaan

Als we ons in Twello melden, loopt de maand november op z'n eind. Het is het moment dat veel winkels zoeken naar manieren om de klant over de streep te trekken de laatste Sinterklaasinkopen bij hem of haar te doen. "Ha", lacht Jansen. "Dat doet me denken aan het verhaal van een spellenfabrikant. Het gehele marketingbudget ging op aan online

promotie. Dan begint natuurlijk onze uitdaging. Via datasegmentatie zijn wij in staat geweest de wijken te achterhalen waar de meeste kinderen wonen die nog in Sinterklaas geloven. Daardoor was het mogelijk om gericht te folderen en dat leverde uiteindelijk 30% meer rendement op."

All-Inn staat dus niet alleen voor zo goed mogelijk verspreiden, maar ook voor een gedegen advies. Om te voorkomen dat de klant teveel kiest voor een zendergestuurde aanpak in plaats van zich te verdiepen in de klant. Jansen illustreert het graag met een ander voorbeeld: een keten van doe het zelf bedrijven wilde voor de vierde achtereenvolgende week een folder verspreiden waarin de latex muurverf centraal staat. "Wij vragen ons dan af of het eigenlijk wel aansluit bij de behoefte van de consument. Misschien is hij - om maar iets te noemen - meer geïnteresseerd in afneembare verf in de kleur betonlook. Met onze datasegmentatie slaan we een brug tussen vraag en aanbod. En weet je dus ook waar je geen folders hoeft te verspreiden. Natuurlijk zetten we deze data ook online in. Hierdoor creëer je over de gehele breedte van de markt het juiste bereik."

Drukkerij Van Asselt

Druk - Ontwerp - Binnen- & buitenreclame

Ambachtsweg 3 Lemelerveld
(0572) 37 21 55 info@drukkerijvanasselt.nl

Lees SOM online.nl

Stuur je zakelijke nieuwsberichten naar info@somonline.nl



BARTOSZ
DO DIENSTVERLENENDE
OPLOSSINGEN

Zoekt u een dienstverlener die uw wensen begrijpt? Hier zijn wij en bieden u de volgende diensten aan.

- ▶ Los laden & los lossen van zeecontainers
- ▶ Value added logistics
- ▶ Hef & reachtruck chauffeurs
- ▶ Logistieke medewerkers

Grote Markt 19 | 7711 CZ Nieuwleusen | 06 57 16 18 82
bartosz@bartoszdo.nl | www.bartoszdo.nl



Opening, evenement, actie of feestje? Voor een feestelijke aankleding zijn wij de juiste keus!

Verhuur van Photo Booth, partytenten, sta- en buffettafels, ballonnen skytubes, rode loper, afzetpaaltjes & nog veel meer

Maak De Goede Keus!

Feestwinkel De Goede Keus
Canadastraat 8 - Heino
085 303 74 94 | 06 496 405 39
info@degoedekeus.nl
www.feestwinkeldegoedekeus.nl



Sallandse specialist onderscheidt zich met ultralichte bedrijfswageninrichting

Topsportmentaliteit bezorgt Isfordink Olst plek aan de kop van het peloton

Aan het eind van het gesprek komt Patrick Isfordink met een mooie vergelijking op de proppen. Hij spiegelt zich graag aan één van zijn klanten, de professionele wielerploeg Team Sunweb. Om duidelijk te maken dat je alleen met een topsportmentaliteit kunt winnen. Of het nu gaat om wielprestaties of zoals in het geval van Isfordink Olst: het ontwikkelen van lichtgewicht en duurzame bedrijfswageninrichtingen.

De eigenaar van het familiebedrijf geeft er mee aan dat Isfordink Olst voorop wil lopen. Niet een trend volgen, maar juist een trend neerzetten, dat is het credo. Nadat in 2010 definitief afscheid werd genomen van stalen en houten inrichtingen draait het allemaal om gewichtsbesparing en duurzaamheid. "Een wielrenner kan in de Tour pas presteren als de voorbereiding klopt en hij kan werken met de beste en lichtste materialen", trekt hij de vergelijking nog even door.

De keuze om voor de volle honderd procent met het lichtere aluminium te gaan werken, betekende logischerwijs ook de komst van een andere leverancier. "Een moeilijk moment

omdat we een samenwerking van 27 jaar stop moesten zetten. De keuze voor het Duitse Aluca is wel de juiste geweest, want we hebben daardoor wel de volgende stap kunnen zetten. Alles ademt daar lichtgewicht."

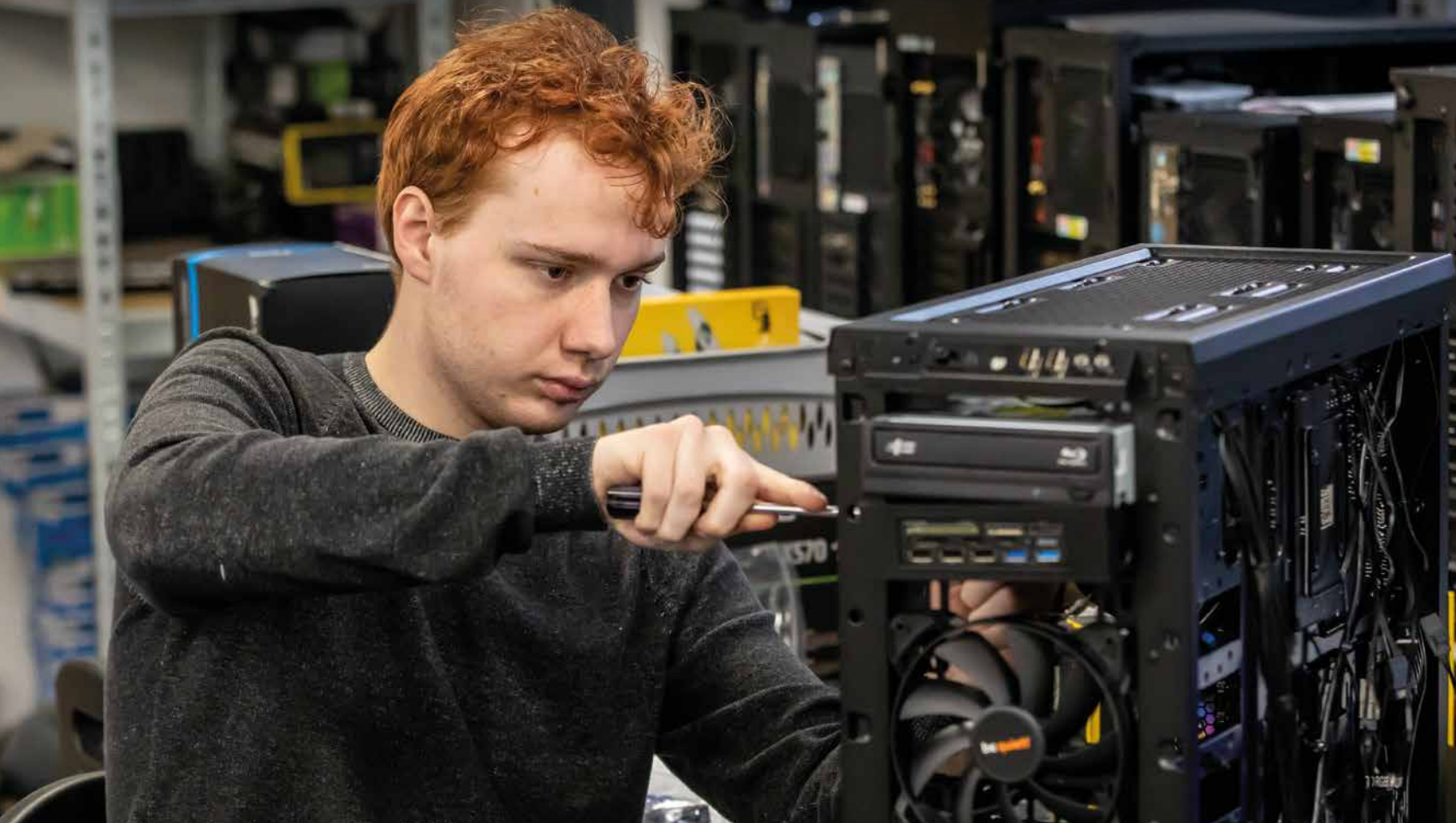
De vraag naar lichte bedrijfswageninrichtingen is de afgelopen jaren alleen maar actueler geworden. De maatschappij en ook bedrijven streven actief naar duurzaamheid en het verlagen van de CO2-uitstoot. In het verlengde daarvan is overstappen naar elektrisch aangedreven bedrijfswagens één van de nieuwste ontwikkelingen.

Ook bij het inrichten van deze EV-bedrijfswagens wil Isfordink Olst voorop lopen. Zo werd eind september voor advies- en ingenieursbureau Tauw een elektrische Volkswagen e-Crafter voorzien van een ultralichte bedrijfswageninrichting. "We hebben de lichtste materialen en modernste technieken gecombineerd", legt Patrick uit. Een laag gewicht is bij een elektrische bedrijfsbus extra belangrijk, want dan blijft de actieradius zo groot mogelijk. "Een volledig aluminium inrichting, omvormer met lichte



lithium ion accu, een kunststof vloer en ultradunne zonnepanelen op het dak", somt hij de belangrijkste specificaties op waarmee Isfordink Olst ruim 200 kilo heeft kunnen besparen ten opzichte van een conventionele inrichting. "Bovendien is de complete inrichting opnieuw te gebruiken in de volgende bus. Al met al een machtig mooie samenwerking met Tauw en Pouw Deventer."

Ook bij bedrijfswagens met conventionele dieselmotor bieden de ultralichte bedrijfswageninrichtingen van Isfordink Olst meerwaarde. Minder gewicht zorgt namelijk direct voor een besparing op zowel brandstof als onderhoud. De klanten die hiervoor in Olst aankloppen, zijn heel divers: van ZZP'ers en MKB-bedrijven tot en met grote, landelijk opererende firma's. "Of het nu gaat om één bus of een wagenpark van honderd bedrijfswagens; we staan voor iedereen klaar met onze topsportmentaliteit."



Hardware webshop in Raalte staat aan vooravond van professionaliseringslag

‘Award winning’ Azerty bedient zich van e-commerce met boerenverstand

SOM'S SUCCESFACTOR

De ene onderneming blijft worstelen om het hoofd boven water te houden, de andere slaagt er in alles wat het aanraakt in goud te veranderen. Is het goed ondernemerschap, is het geluk of is het een kwestie van wachten tot de juiste kans voorbij komt om daarop te kunnen anticiperen? Of is het een combinatie van factoren? Het Sallands Ondernemers Magazine wil het naadje van de kous weten. Oftewel, wat is de Succesfactor? In deze editie belichten we Azerty uit Raalte.





Het is best even schrikken als je op de eerste werkdag nietsvermoedend de deur open trekt bij Azerty. De beste hardware webshop van Nederland (2019) heeft namelijk de traditie om nieuwe medewerkers en stagiaires over een rode loper binnen te halen. Ten overstaan van al je collega's die je met applaus begroeten. Het is de manier waarop mede-eigenaar en directeur Jeroen te Wierik je graag welkom wil heten in de 'familie'.

Het is een soort van ludieke vuurdoop die kenmerkend is voor de wijze waarop Azerty in het leven wil staan. Net als de 'roast' die je staat te wachten als je het in je hoofd haalt om te vertrekken. "Je moet bijna entertainen om het collectief te bewaken. Ik vind dat bijzonder belangrijk", aldus de ondernemer.

Als je hem op de man af vraagt wat de belangrijkste kenmerken zijn van de onderneming, dan staat de bedrijfscultuur zeker in de top3. Want, als je het juiste gevoel creëert, waarbij mensen zich thuis voelen, dan kun je bouwen aan iets moois. En vind je jezelf als Raalter bedrijf na 15 jaar terug in de vaderlandse top als het gaat om de verkoop van hardware. Zelf doet Te Wierik er best veel aan om het

juiste werkklimaat neer te zetten. Hij is niet de directeur die vanuit z'n ivoren toren met ijzeren hand over zijn troepen regeert, maar juist de leidsman die graag z'n team aan de arm meeneemt. "Elke woensdagochtend beginnen we hier met een presentatie. De ene keer vertel ik zelf iets over resultaten, visie of missie. De andere keer nodigen we een gastspreker uit. En elke drie weken ga ik met een team lunchen. Niet alleen met de chef, maar met het hele team."

Fouten maken

Het is de eerste werkdag in december en het geweld van Black Friday ligt net achter ons. Een geweldig succes bij de hardware webshop in Raalte, want er is 39% meer omzet gedraaid dan in dezelfde Black Friday

periode in 2018. "Een mooi resultaat", stelt hij vast. "Maar, ik word zeker net zo blij als medewerkers hun verantwoordelijkheid nemen en aangeven dat niet alles goed is verlopen. Het is gemakkelijk om succes te claimen, maar niet om te vertellen dat zaken zijn misgelopen. Fouten maken mag hier. Ik zou bijna willen zeggen: het moet zelfs", aldus Te Wierik die eerder deze ochtend wel even het succes van Black Friday heeft gevierd. Natuurlijk met het voltallige personeel. "Vroeger gaven mijn compagnon en ik elkaar een hand en gingen we weer aan het werk, maar ik vind het mooi om er samen bij stil te staan. Het is belangrijk om medewerkers van Azerty onderdeel te maken van het succes." Niemand kan ontkennen dat het bedrijf met inmiddels zo'n 120 medewerkers (ca. 80



FTE) op de loonlijst het vreselijk goed doet. Als je dan ook nog de ene na de andere onderscheiding aan elkaar rijgt en bijna geen ruimte meer hebt om alle prijzen te stallen, dan tel je ook voor de buitenwereld echt mee. Als de eigenaar probeert het succes te verklaren, komt hij eerst uit op die typische Sallandse factoren als nuchterheid, gezond boerenverstand en de mentaliteit van hard werken. Maar dan komt hij met dé verklaring. Oftewel SOM's Succesfactor: "wij bedrijven e-commerce met het gevoel van de winkel. Wij zijn groot geworden door te luisteren naar klanten en ook oog te hebben voor de hele kleine dingen. En dat wordt gretig gedeeld op de populaire internetforums zoals Tweakers."

Azerty wordt in den lande weggezet als webshop, maar de Sallander weet wel beter. Dat je er best kunt binnenwandelen als je een vraag hebt over computers, laptops, notebooks en printers of ze wilt bestellen. En dat je in de ontvangstruimte dus onvervalst Sallands dialect kunt horen in de trant van 'Moar, wat mu'k d'r dan nog bie hebb'n?'. Het is een hele bewuste keuze van Te Wierik om deze balieservice in stand te houden. "Wat mij betreft, gaat dit nooit verloren. Voor mijn gevoel zijn we groot geworden omdat we de kleine dingen weten te waarderen. Juist de klant aan de balie zegt

wat ie denkt en we kunnen niet zonder die directe feedback. Daardoor weet je weer wat je wel of niet moet veranderen."

Mierenhoop

De Azerty-eigenaar komt bij allerlei netwerkclubs over de vloer en maakt ook presentaties mee over nieuwe ontwikkelingen die het ondernemerschap raken. En daar steek je altijd iets van op. Als we hem spreken, de maand december is net begonnen, heeft hij het bijvoorbeeld over de fases in de ontwikkeling van een bedrijf. "We zitten nu echt wel in fase 4 van de 5 en dat is het moment om een duidelijke professionaliseringsslag te maken. We schakelen steeds meer consultants in die ons haarfijn vertellen wat onze bedreigingen zijn."

Te Wierik vertelt openhartig over het feit dat zijn bedrijf werd vergeleken met een mierenhoop. Iedere medewerker doet wat hij/zij moet doen, maar er is een gebrekkige structuur. Het letterlijke advies was om ons meer te spiegelen aan grotere organisaties. De uitkomst is dat we in 2020 een extra managementlaag krijgen die voor meer en beter contact en structuur moet zorgen", stelt de Raaltenaar die zelf eerder zijn klankbord creëerde door een Raad van Advies in het leven te roepen. "Twee mannen met veel ervaring en een



uiteenlopende achtergrond. De een is bestuurder, de ander een echt rekenwonder. Zij zijn mijn klankbord.”

Zo adviseerden ze de oprichter annex eigenaar onder andere om nu geen bedrijf over te nemen. “Dit is het moment om ons te focussen op de eigen organisatie. Volgend jaar komt Amazon naar Nederland en misschien dient zich nog wel een grote speler aan. In deze onzekere tijden is het verstandiger te investeren in processen en de voorkant (lees: service en klantvriendelijkheid). Zo zijn we ook toe aan een nieuwe website. De vorige dateert van drie jaar geleden, maar je moet wel mee met de ontwikkelingen in de e-commerce. Zowel de consument (35% van de omzet) als de zakelijke klant (65% van de omzet met een team van 8 personen) wil zo min mogelijk handelingen om bij de bestelling te komen en wij willen zoveel mogelijk rendement voor onze tools.”

Het perfecte terrasje

Een ander bedrijf overnemen is (voorlopig) dus niet aan de orde. Ook investeerders hoeven bij Azerty niet aan te kloppen. “Dan krijg je een bedrijf waarvan er dertien in een dozijn gaan.” Moet je dan alles in je eentje

uitzoeken? Nee, dat hoeft nu ook weer niet. Te Wierik speurt daarom altijd de radar af op zoek naar mogelijke samenwerkingsvormen. Dat heeft onder andere geleid tot een nieuw merk voor werkstations. Een samenwerking tussen Azerty dat zich richt op de assemblage van computers en een bedrijf dat notebooks bouwt. “Het geeft ons de kans om risico’s te spreiden zonder dat we het eigenaarschap over onze eigen tak verliezen.” En al pratende zijn we aanbeland bij de meest bijzondere plek in het Raalter bedrijf. Een locatie met mooie strandfoto’s aan de muur, schelpjes in de vensterbank en zand op de vloer. Het is al omgedoopt tot ‘het perfecte terrasje’. Afgeleid uit een voorstelling van Lebbis (Hans Sibbel). De cabaretier schetst daarin zijn ultieme terrasbeleving. IJskoude rosé op een warme dag, het gevoel dat jij ondanks het overvolle terras de enige klant bent van het meisje in de bediening die je op het eind ook nog eens de beste kop koffie ooit brengt. Voordat hij er erg in had, betaalde hij een fooi die in geen enkele verhouding stond hetgeen hij genuttigd had. Een prachtige droom van Lebbis en een mooie stip aan de horizon voor Azerty. “Onze ambitie is niet om de grootste te worden, maar wel om de beste dienstverlener te zijn.”



Businesscenter N35 biedt kantoorruimte aan 13 units van 23 tot 112 vierkante meter

Wie wil er nu niet werken aan de N35?

In een tijd dat er druk wordt gepraat over de vierbaansweg tussen Heino en Nijverdal is dit natuurlijk een hele suggestieve kop. Is de bodem van de nationale schatkist in zicht en moeten we als Sallanders zelf aan de bak om de zo vurig gewenste betere doorstroming mogelijk te maken? Nee hoor, je moet de kop boven dit artikel heel letterlijk lezen. Als ondernemer krijg je een unieke kans om aan de N35 kantoor te houden. Als alles volgens plan verloopt, gaat rond de bouwvak in 2020 namelijk Businesscenter N35 in gebruik.

De eerste 'bewoner' is al bekend, maar dat is niet zo moeilijk. Dat is namelijk Vitex Raalte, de initiatiefnemer en eigenaar van het

eigentijdse kantoor dat is ontworpen door 'Marten Ontwerpt' uit Broekland. Het gaat in de komende maanden verrijzen op een prachtige zichtlocatie op de Sallandse Poort. Grofweg tussen de nieuwbouw van 2Jours en Fysiotherapie Salland enerzijds en de N35 anderzijds. De verhuur van de units is in handen van HanninkJorink Bedrijfsmakelaars, het snel groeiende makelaarskantoor met vestigingen in Raalte en Zwolle.

Het kantoor heeft 13 units, variërend in grootte van 23 tot 112 vierkante meter en met prijzen vanaf 395 euro, in de aanbieding. Het ligt voor de hand, maar we vermelden het hier toch maar even: Businesscenter N35 is per unit te huren, maar je kunt ook meerdere

units tegelijk afnemen. Of zelfs het hele kantoorpand. Behalve de ruimte van Vitex Raalte natuurlijk...", stelt Robert Jorink van HanninkJorink Bedrijfsmakelaars. "Hoe eerder je reageert, des te meer het mogelijk is om eigen wensen in te brengen."

Extra workflow

Het gaat dus om een nieuw pand en dat betekent dat 'bewoners' een stap voorwaarts kunnen zetten als het gaat om duurzaamheid. "Het spreekt voor zich dat er geen gasaansluiting komt, maar het is de bedoeling dat het hele gebouw de status energieneutraal krijgt. Met dank aan onder andere de zonnecollectoren op het dak en



warmte-koude-opslag in de bodem. Maar, de duurzaamheid is ook gericht op de mens. Daarom is er veel lichtinval en dankzij het luchtbehandelingssysteem is er altijd verse en schone lucht. Dat draagt allemaal bij aan een gezonde en behaaglijke werkomgeving."

Mede namens collega Martijn Holterman geeft hij aan vooral te mikken op ondernemers die actief zijn in de zakelijke dienstverlening. Oftewel bureaus en kantoren die geen productie- en magazijnruimte nodig zijn. "Bedrijven die misschien een sprong voorwaarts willen maken. Die nu nog vanuit huis actief zijn of vanuit een ander kantorencomplex in de regio en iets zoeken met meer uitstraling. Voor wie het gewend

is om thuis te werken, is het natuurlijk een voordeel dat je kunt sparren met andere ondernemers. En de samenwerking kan misschien zelfs wel zorgen voor extra workflow. Sowieso is het fijn dat je over een soort van collega's beschikt en je meer actief bent vanuit een 'echte' werkomgeving", stelt Jorink die ook wel kansen ziet voor een samenwerkingsverband van een aantal bedrijven in een bepaalde sector.

Laten we hopen dat Vitex Raalte en HanninkJorink Bedrijfsmakelaars minder lang hoeven te wachten op de nieuwe 'bewoners' van Businesscenter N35 dan alle inwoners van Salland op een betere doorstroming van de N35...

**HANNINK
JORINK**
Bedrijfsmakelaars



Jonge Heetenaar maakt van zieltogend Bosgoed succesvolle brasserie

Niet té eigenwijs zijn maar wel altijd je eigen koers varen

Instappen in een failliete horecagelegenheid, getuigt dat van jonge onbezonnenheid of van volwassen moed? Toen zalencentrum Bosgoed in Heeten drie jaar geleden ter ziele ging, had de toen 26-jarige Alexander Ruiter niet lang nodig om de stap te zetten. Een weekje heeft hij nagedacht maar het hart had al lang 'ja' gezegd tegen ondernemerschap, tegen de horeca, tegen lekker eten en drinken en tegen gastheerschap. Onbezonnenheid, moed: het was meer een kwestie van onvermijdelijkheid.

Afgesproken, we zullen het niet de hele tijd over de leeftijd van de horeca-uitbater hebben maar je moet toegeven dat zo'n stap misschien iets makkelijker is als je jong bent. Noem het flexibiliteit, zelfvertrouwen, een andere kijk op de wereld: voor Alexander was het niet moeilijk: "Ik wilde gewoon graag hier in Heeten iets voor mezelf beginnen. Dit is mijn dorp en ik hou ervan. Ik heb hier mijn familie, ik heb hier de voetbal en de vriendenclub. Ik heb bewust gekozen om in Heeten te blijven."

Dat het Bosgoed zou worden was echter helemaal niet in de lijn der verwachtingen. Al

vanaf dat Alexander als kok aan het werk ging bij het tegenovergelegen café-restaurant de Molenhoek, had hij zijn zinnen gezet op dit etablissement. "Ik heb daar tien jaar gewerkt en altijd gehoopt en gedacht dat ik dat zou kunnen overnemen. Toen Bosgoed in beeld kwam, was ik daar helemaal niet mee bezig. Veel mensen hebben mij gevraagd of dat niks voor mij was maar in mijn hoofd was ik vooral met de Molenhoek bezig. Toen we eenmaal hier aan het verbouwen waren en ik 's morgens al vroeg in de serre zat omdat ik niet kon slapen van de adrenaline, zag ik wel dat dit de juiste beslissing was. Het is zo'n goed punt in Heeten met zoveel verkeer rondom, ondanks de rondweg."

Zorgen

In de zomer van 2016 opende Alexander na wekenlange geheimhouding dan de deuren van Brasserie Dertien. "Het dorp was er erg mee bezig, dat kon je wel merken. Iedereen hoopte natuurlijk dat er weer iemand in kwam en dat het pand en de functie ervan niet verloren zou gaan. We hielden het geheim zodat de verrassing des te groter zou zijn.

De opkomst was enorm, er stonden hier wel zevenhonderd mensen voor de deur."

Maar een startersverhaal is niets zonder de onvermijdelijke uitglijders, daar is de Dertien-baas ook helder in. "We gingen dan wel open maar ik had het nog niet zo goed voor elkaar. Er zat hier honderd man te eten maar ik stond alleen in de keuken en had maar een persoon in de bediening. Zo'n fout kun je echt niet te vaak maken! Aan de andere kant zijn bezoekers ook wel mild als ze lang moeten wachten maar vervolgens wel een heel lekker gerecht voorgeschoteld krijgen."

Ook de combinatie café en restaurant heeft hem de nodige zorgen gebaard. "Dat kan heel gezellig zijn maar het mixt niet altijd even goed. Mensen die hier komen eten, zijn in een andere stemming dan een groep jongeren die later op de avond nog uitgaan." Eens een ondernemer, altijd een ondernemer is het motto. Dus voor deze situatie was er maar één oplossing mogelijk: alsnog de Molenhoek overnemen en daar een gezellig bruin café van maken. Eind november opende Alexander de kroeg, daarmee de cirkel rondmakend.



SOM'S STARTER

De ene ondernemer begint omdat hij al jaren droomt van het eigen ondernemerschap en de andere noodgedwongen omdat hij/zij thuis is komen te zitten. De een heeft zich al jaren voorbereid op die belangrijke stap, een ander ziet ineens een gat in de markt en handelt in een opwelling. Starters zijn er in vele soorten en maten. SOM zoekt iedere editie een ondernemer op die recentelijk voor zichzelf is begonnen en dus van alles kan vertellen over de eerste mooie stapjes en de valkuilen in de wondere wereld van het ondernemerschap. In deze editie belichten we Brasserie Dertien in Heeten waar de 30-jarige Alexander Ruiter de scepter zwaait.



"Ik heb altijd geweten dat ik voor mezelf wilde beginnen. Ik ben nogal eigenwijs en liever niet afhankelijk van andere mensen. Ik wil mijn eigen koers kunnen varen."

Stukje bij beetje

Hoewel hij zichzelf als eigenwijs bestempelt, heeft Alexander wel een goede tip voor startende ondernemers die hij zelf ook succesvol in de praktijk heeft gebracht. "Het is goed om vol overtuiging je doel voor ogen te houden maar luister daarbij ook naar anderen en wees niet té eigenwijs. Let op de reacties van mensen en neem iets aan van de personen die de expertise hebben." Zelf heeft hij Brasserie Dertien stukje bij beetje aangepakt en hoewel er een plan lag, was

Alexander flexibel genoeg om daar af en toe vanaf te wijken. "De noodzaak om de keuken aan te pakken bleek toch eerder te komen dan verwacht en ook de zaal hebben we eerder aangepakt dan de bedoeling was omdat er zoveel aanvragen voor feestjes binnenkwamen."

De horecaman is tevreden over Dertien: "Meestal hebben we hier zo'n vijfhonderd man per week te eten, we zitten altijd goed vol." Maar dat leidt niet tot achteroverleunen en duimendraaien want er zijn nog plannen genoeg. Een daarvan is de wens om in het pand een aparte pub te bouwen. Ook ziet hij zichzelf nog wel een wijnbar of een ander restaurant beginnen: "Als ik het leuk vind en er uitdaging in zie, ben ik extreem

goed. Verlies ik de uitdaging dan word ik laconiek en extreem slecht in wat ik doe", geeft Alexander ruiterlijk toe.

Moeite waard

"Van de week bedacht ik ineens dat ik altijd al iets met eten heb gehad. Als tienjarige stond ik al een appeltaart te bakken. Ik geniet van lekker eten en een drankje en ik wil dat overbrengen." Is het als jonge ondernemer alles waar hij op hoopte? "Ik moet er keihard voor werken en dat moet je willen. Het geeft heel veel voldoening maar ik moet wel inleveren en mis daardoor ook veel dingen met mijn familie en vrienden. Dat is de andere kant van het verhaal."





R&M Kantoor

R&M Kantoor- & Designmeubilair
Kaagstraat 17-19, 8102 GZ Raalte
0572 74 52 09
info@rmkantoor.nl
www.rmkantoor.nl

& Designmeubilair

Wie op het punt staat kantoormeubilair aan te schaffen, doet er goed aan een kijkje te nemen in de showroom van R&M Kantoor- & Designmeubilair aan de Kaagstraat 17 in Raalte. Je wordt verrast door het aanbod en het deskundige advies.

Bij de advisering kun je er als ondernemer zeker van zijn dat niet een standaard boekwerk uit de kast wordt gehaald maar juist advies op maat wordt gegeven. Je vindt er zowel nieuw als gebruikt kantoormeubilair. Van bureaustoelen, (elektrische) bureaus, vergaderstoelen en tafels tot aan roldeurkasten en designmeubilair.

"Ook hebben we bureaus en bureaustoelen die ergonomisch verantwoord zijn. Bijvoorbeeld een zit-sta bureau is erg trendy op het moment en past helemaal in het nieuwe werken. Medewerkers kunnen het zitten en staan afwisselen. Het is dynamischer en de productiviteit gaat zeker omhoog. Minstens net zo belangrijk is dat het beter is voor de gezondheid en dat de kans op ziekteverzuim kleiner wordt", aldus oprichters en eigenaren Nancy en Eric Melenhorst.

Autoschade

Autoschade Henk Nijkamp
De Meente 19, 8121 EV Olst
0570 56 34 34
info@autoschade-henknijkamp.nl
www.autoschade-henknijkamp.nl

Henk Nijkamp

Het is altijd balen als je schade aan je auto hebt. Goed om te weten dat je dan terecht kunt bij Autoschade Henk Nijkamp. "Wij zijn al ruim 35 jaar de specialist op het gebied van allerhande schades aan auto, bedrijfswagen, camper en caravan. Zo kunnen wij je auto uitdeuken zonder dat deze daarvoor opnieuw gespoten hoeft te worden. Denk hierbij aan hagelschade of parkeerdeukjes", vertelt Robin Nijkamp.

Het mooie is dat Autoschade Henk Nijkamp een totaal hersteller is. Je kunt dus zowel voor grote als kleine schades bij hen terecht. "Deuken en krassen? Wij maken je auto graag weer als nieuw! Heb je een sterretje in je voorruit, deze repareren wij terwijl jij geniet van een heerlijke kop koffie. Kom je er niet uit met de verzekering? Rijd dan bij ons langs. Wij helpen je met de schademelding en het invullen van de formulieren."

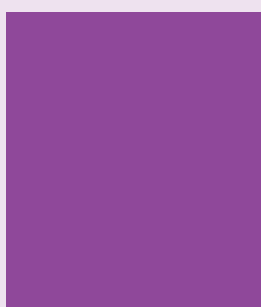
Het team van Nijkamp werkt snel en deskundig en heeft klantvriendelijkheid en service hoog in het vaandel staan. "Zo blijf je mobiel in één van onze leenauto's terwijl wij je auto repareren. Kom je onze service een keer ervaren?"



Netwerkevent 'Ondernemer van morgen'

14 november 2019

De derde editie van netwerkevent 'Ondernemer van Morgen' was weer een succes. Op donderdag 14 november genoten ongeveer 270 ondernemers in het Raalter HOFtheater van trendwatcher en futurist Richard van Hooijdonk en diverse interessante workshops.



Lichtspecialist steeds vaker in beeld voor grote en bijzondere projecten

Wantix LED legt de lat graag telkens een beetje hoger

"Het was hier echt even een gekkenhuis. In 2,5 week gingen zo'n tweeduizend lampen de deur uit voor allerlei projecten." Bülent Köse voelt bij wijze van spreken opnieuw de zweetdruppels op zijn voorhoofd. Niet dat hij wil klagen. Integendeel zelfs, want het zegt juist alles over de huidige status van zijn bedrijf Wantix LED.

Zie het maar als een vorm van waardering voor zijn uitgekende strategie waarin kwaliteit en kwantiteit prachtig samensmelten. Om met het eerste te beginnen: Wantix LED heeft de lat een stukje hoger gelegd als het gaat om de kwaliteit. "Toparmaturen", is zijn duidelijke omschrijving over het niveau van de producten die het bedrijf verlaten. Dat zorgt er voor dat hij wordt ingevlogen voor zowel veeleisende projecten (b.v. ziekenhuizen en tandartspraktijken) als omvangrijke opdrachten (b.v. scholen, interieurbouwers en grote bedrijven). "Onze LED-panelen hebben een nieuwe aansturing zodat er ook na duizenden branduren nauwelijks sprake is van lichtsterkte en kleurverlies. Bovendien zijn ze prettiger voor de ogen en je hebt minimaal vijf jaar geen hoofdpijnklasten."

Als het gaat om de kwantiteit worden Köse en zijn medewerkers ook niet gauw meer verrast. Dat is mede te danken aan een koerswijziging. Waar Wantix LED tot voor kort verreweg de meeste producten uit China haalde, is dat aandeel nu slechts tien procent. "Het merendeel komt uit Duitsland en Nederland. Dat heeft twee grote voordelen. We kunnen over een grote voorraad beschikken en dus ook snel leveren. Als we vandaag bestellen, hebben we het morgen in huis. Dat geldt ook voor grote aantallen.

Lichtplan

Wantix LED is een relatief klein bedrijf. Dat betekent dat service en flexibiliteit nog echt met hoofdletters worden geschreven. "Waar we ons echt mee onderscheiden, is het lichtplan. Er zijn collega's die hier rustig 600 of 700 euro voor durven te vragen. Als het gaat om grote projecten vragen wij geen extra geld. Hetzelfde geldt voor de energieberekening en de subsidieaanvraag. Andere voordelen zijn dat we vaak en vrijblijvend een opname op locatie doen en ook de installatie kunnen regelen. De tijd dat je bij een lichtspecialist alleen

WANTIX LED

aan plafondverlichting moet denken, ligt ver achter ons. Köse wordt namelijk steeds vaker ingeschakeld voor zaken als halverlichting, lichtlijnen in een bedrijf of instelling en bijvoorbeeld ledstrippen in hotels en liften. En dankzij de samenwerking met een grote Turkse leverancier biedt hij prachtige LED-fotoframes op textieldoek aan. "Kwalitatief goed, binnen een paar dagen leverbaar en 60% goedkoper dan elders. We krijgen de ene na de andere bestelling."

Ook van KokkieBikes in Lemelerveld. "Wantix LED heeft ons eerder prima geholpen bij de vervanging van alle TL-lampen door LED. Toen we plannen maakten om onze winkel te verbouwen, wilden we vooral meer sfeer en beleving creëren en kwamen we op het idee iets met grote, verlichte fotodoeken te doen. Dan snuffel je een beetje op internet en kom je Wantix LED weer tegen. Dan is één en één heel snel twee. En het resultaat mag er zijn. Dit is zo mooi! Echt de blikvanger van KokkieBikes 3.0", aldus de enthousiaste eigenaar Vincent Kok.



“Goede online communicatie
geeft gegarandeerd resultaat”

5 vragen aan ...

Jordy Spikker van Effectief ontzorgt ondernemers

Stel je voor: je bent ondernemer en je biedt een goed product of een mooie dienst. Je besteedt veel tijd en aandacht aan het vervolmaken hiervan. Je hebt een website, je doet onderzoek, je verbetert elementen, je luistert naar de feedback die je krijgt: kortom, je haalt alles uit je ondernemerschap om je product of dienst zo goed mogelijk onder de aandacht te brengen want je bent overtuigd van de waarde ervan. Het loopt allemaal naar tevredenheid maar er is nog wel een dingetje... je moet eigenlijk ook nog iets met online marketing...

Voor veel ondernemers in het midden- en kleinbedrijf is dit onontgonnen terrein. Natuurlijk weten we allemaal wel hoe we een actie kunnen uitzetten op Facebook, kennen we het belang van een goede website, hebben we een profiel op LinkedIn en houden we ons bezig met Instagram. Misschien klinkt zelfs Snapchat of TikTok ons bekend in de oren. En soms denken we eraan om iets te delen met de volgers maar... "Vaak is online marketing een ondergeschoven kindje", is de conclusie van de 21-jarige ondernemer Jordy Spikker. Zijn Raalter bedrijf Effectief is gespecialiseerd in online marketing, branding en het ontwikkelen van websites en webwinkels.

We leven in een digitale tijd en de meeste mensen en bedrijven zijn actief op social media. Maar volgens jou is er nog veel winst te behalen?

"Er valt veel winst te behalen, goede online communicatie geeft echt resultaat! Grotere bedrijven hebben vaak een marketing- en communicatieafdeling die zorgt voor de online communicatie. In kleinere bedrijven ligt dat anders. Dit zijn eenpitters of bedrijven die niet groot genoeg zijn om een apart persoon op marketing te zetten. Ondernemers zijn zich wel bewust van de kansen van online communicatie maar ze zijn vaak te druk en de aandacht gaat uit naar andere dingen. Dat merk ik als ik hen vraag wat er zoal gedaan wordt op dit gebied. Dan gaat het vaak toch om wat hapsnap-berichtjes op één platform. Zonder een gedachte erachter heeft dit minimaal effect."

OK, bedrijven kunnen dus winst halen uit een beter marketing- en communicatiebeleid. Maar het gaat waarschijnlijk niet om wat Facebook-berichtjes. Waar hebben we het wel over?

"Facebook is nog steeds een groot platform, dat blijft belangrijk. Maar je moet het groter zien en de juiste mix vinden. Denk aan een social media campagne, een e-mailmarketing campagne, conversie optimalisatie op de website of een compleet nieuwe bedrijfswebsite."

Allemaal dingen waar we wel eens van gehoord hebben. Waar kijk je dan naar?

Jordy: "Je wilt meer mensen bereiken maar wie is nou eigenlijk je klant? Je maakt het product of de dienst niet voor 'iedereen' zoals ik wel eens hoor. Heb je wel bezoekers op je website maar volgen er geen bestellingen of offerteaanvragen? Zet je social media alleen in om acties te promoten? Dit kan averechts werken. Communiceer je voldoende via e-mail met klanten die al een aankoop bij je hebben gedaan? Hou je je bezig met het verzamelen van reviews van klanten? Om dit soort vragen kan het gaan bij online marketing."

Dat zijn veel dingen waar een ondernemer aan moet denken. Hoe pak je dit aan?

"Ik bespreek met de ondernemer wat er al gedaan wordt op het gebied van online marketing. Vervolgens gaan we kijken waar het bedrijf naar toe wil en hoe we dit het beste kunnen aanpakken. Daar rolt een compleet plan uit dat voor iedere ondernemer anders is. Maandelijks gaan we om tafel om nieuwe marketingplannen door te nemen en relevante content te bedenken. Er moet een gedachte zitten achter de woorden en acties die je deelt; het moet interessant zijn en waarde bieden. Ik adviseer en begeleid hen daarin en zo creëren we samen meer naamsbekendheid of meer offerteaanvragen."

Je bent eenentwintig en al vanaf je zestiende ondernemer. Dat is op zich al bijzonder. Wat onderscheidt jou nog meer?

"Ik ben goed op de hoogte van de nieuwste ontwikkelingen. Ook vind ik de persoonlijke relatie erg belangrijk. Bij ondernemers op gesprek gaan en hen verder helpen met hun bedrijf, daar krijg ik energie van. Verder kan ik snel schakelen en kunnen ondernemers mij altijd appen, mailen of bellen. En ik bied een totaalpakket; ik verzorg de hele online marketing en ontwikkel websites. Kortom: ik kan de ondernemer helemaal ontzorgen!"



Bedrijfsoppervlak uitgebreid naar bijna 8.000 m² voor complete herinrichting

Uitbreiding Korbeld Verhuur is vooral investering in logistieke kwaliteit

Het gebeurt ons niet vaak, maar we zijn even met stomheid geslagen als Rob en Tanja Korbeld de cijfers opnoemen. Het huidige bedrijfspand aan de Zompstraat in Raalte is gebouwd op een kavel van 4400 vierkante meter. En voor de uitbreiding, die eind maart moet zijn gerealiseerd, hebben ze er maar liefst 5200 vierkante meter bijgekocht. Hiervan krijgt 2000 vierkante meter later een invulling. Je bent geneigd om te zeggen dat het geen uitbreiding meer is. Tja, buurmans grond...

Als alles volgens plan verloopt, beschikt Korbeld Verhuur aan het begin van het voorjaar dus over bijna 8.000 vierkante meter bedrijfsoppervlak. En dan kan de volgende grote operatie beginnen: een complete herinrichting van de onderneming. "Geloof het of niet, maar groei was niet het eerste waaraan we hebben gedacht toen we de plannen maakten."

Natuurlijk kost de herinrichting veel extra uren, maar het is in hun ogen echt noodzakelijk om de ingesloten en onlogische patronen

te doorbreken. "We zien het vooral als een investering in logistieke kwaliteit", aldus het stel. "Nu worden teveel ruimtes voor meerdere doeleinden gebruikt."

Groot assortiment

Wie zich wil overtuigen van de noodzaak van de uitbreiding, hoeft maar één stap in het magazijn te zetten. Ondanks de komst van een verdiepingsvloer en inrijstellingen is in het huidige magazijn sprake van een chronisch ruimtetekort. Dat komt mede omdat er in



grotere aantallen is geïnvesteerd in onder andere tapmaterialen en meubilair. Het ruimtetekort moet straks definitief tot het verleden behoren, want het hele magazijn wordt opnieuw ingericht met uitbreiding van werkplekken. "Een nieuwe, efficiënte routing zorgt er dan voor dat je niet zoals nu continu tijd verliest omdat je goederen en materialen moet verzetten of opstapelen om iets anders in- of uit te laden. Bij het magazijn komt ook een aantal extra laaddocks en je kunt straks met de vrachtwagens om het hele pand rijden. Dat is toch veel fijner werken?", roepen ze uit.

Om het verhaal kracht bij te zetten, leggen ze twee tekeningen op tafel. Allereerst presenteert Rob de praktische kant van het verhaal door de indeling van het nieuwe pand te laten zien. En even later komt Tanja met

de tekening op de proppen waaruit blijkt hoe het exterieur er uit komt te zien. "Want, het moet tenslotte ook mooi worden. Natuurlijk is het aan anderen om daarover te oordelen, maar wij hebben in ieder geval geprobeerd de uitstraling van het huidige pand door te trekken en het één geheel te laten zijn."

Een dergelijk grote uitbreiding biedt ruimte om bestaande én nieuwe klanten nog beter te kunnen voorzien van het grote assortiment. "Vernieuwing waar nodig, maar verder willen we vooral sterk zijn in de aantallen", aldus Rob en Tanja die weten dat het verhaal niet eindigt bij de uitbreiding. Ook de sociale media hebben hun aandacht net als vernieuwing van de website en uitbreiding van de toegankelijke webshop. "Nee, stilzitten is niets voor ons", zeggen ze lachend. "Dus hou het in de gaten!"



“
Vernieuwing waar
nodig, maar verder
willen we vooral sterk
zijn in de aantallen.
”





Innoveren in (technisch) onderwijs

Laatst ging ik op de Universiteit Twente in gesprek over het huidige onderwijs. Over hoe het mogelijk is dat niet meer studenten voor techniek kiezen. En dat terwijl iedereen met techniek bezig is: hoe spaar ik de planeet en bespaar ik energie?

Het antwoord op deze vraag vraagt om scholing, van VMBO tot Universiteit. Juist deze combinatie leidt tot een versnelling in innovaties. Het voor meer studenten interessant worden, vergt ook een andere houding van het bedrijfsleven. De beste aanpak? Samenwerken en innoveren!

Verzilveren

De werkstukken van basisschool tot universiteit bewijzen dat er genoeg interesse is voor techniek. De gezamenlijke en goed te realiseren doelstelling is deze interesse te verzilveren. Hoe? Zet kleine stappen, werk samen, haal doelen en vier successen.

Voorsprong

Vermoei leerlingen niet met oude denkbeelden en werkmethoden. Zoek de toegevoegde waarde, zodat leerlingen deze ervaren en direct in hun werkzame leven kunnen inzetten. Dat geeft ze een voorsprong op de huidige generaties werkenden en versneld veranderingen. Een mooie trend is de globalisering van onderwijs en techniek. Neem de MBO leerling elektricien die in Kazan negende wordt op de WorldSkills Competition.

Samenwerking

Het sparen van onze planeet en besparen van energie begint bij jezelf en is een mooie uitdaging. Nijhof Installatiegroep slingert het vlieg wiel aan met samenwerkingsverbanden als Innovatie Hub Salland (www.werkenbijnijhofgroep.nl/innovatiehub-salland-is-van-start-gegaan), Onderpand Vastgoedbeheer (www.onderpand.nl), Platform Techniek Salland (www.platformtechnieksalland.nl) en Techniek Nederland (www.technieknederland.nl). Samen komen we er wel!

Complete staal-constructies of één enkele latei voor de (woning)bouw.



Altijd betaalbare kwaliteit.



Staal is niet meer weg te denken uit de hedendaagse bouw. De eigenschappen van staal lenen zich bij uitstek voor deze sector. Dat weet u als geen ander. Elders metaal kan u voorzien van iedere gewenste constructie. Snel als het moet, maar met altijd de beste kwaliteit voor een goede prijs.

Van engineering tot montage

Geen bouwproject is hetzelfde. Elders metaal levert daarom niet alleen standaard staalproducten, maar adviseert, ontwerpt, fabriceert en monteert iedere constructie voor uw (woning)bouwproject. Voor een enkele koppelbalk of kop/voetplaat, maar ook voor verdiepingsvloerliggers en gordingen tot aan bordessen en trappen. Ons vakmanschap. De betrouwbare oplossing voor iedere aannemer.

Efficiënt en duurzaam bouwen

Het bouwen met staal is (kosten) efficiënt door de te realiseren hogere bouwsnelheid en brede toepasbaarheid. Hierbij is duurzaamheid een steeds groter wordende



factor geworden. Staal = duurzaam. 100% recyclebaar, demontabel en herbruikbaar. Tevens is staal onbrandbaar en zelf al 20-30 minuten brandwerend.

Ervaring en expertise aanwezig!
Bel: 0572 - 381 280.



Omgeving



Bouw



Industrie

elders 
metaal

Dorpsstraat 72 8111 AE Heeten Tel: 0572 - 381 280

www.eldersmetaal.nl

Sharon de Goede en Mark van der Most zien mogelijkheden elkaar te versterken

Eerst een kijkje achter de schermen en dan op zoek naar samenwerking



SOM'S UITWISSELING

Zet twee ondernemers bij elkaar aan de stam- of keukentafel en je krijgt een gesprek. Maakt niet uit in welke branche ze actief zijn. De verschillen kunnen groot zijn, maar er zijn altijd overeenkomsten. Iets dat ze zeker blijft binden, is de vrijheid van het ondernemerschap. In de rubriek SOM's Uitwisseling brengen we twee regionale ondernemers bij elkaar. Om te leren, om te prikkelen, om te beïnvloeden en vooral om informatie uit te wisselen. In deze editie van SOM gaan we op bezoek bij Bakkerij van der Most in Lemelerveld en als gast nemen we Sharon de Goede van Feestwinkel De Goede Keus uit Heino mee.



Natuurlijk komen ze elkaar geregeld tegen bij de vergaderingen van de Heino'se Winkeliers Vereniging. Er wordt wel eens een gezellig praatje gemaakt, maar eigenlijk weet je gewoon niet te weinig van elkaar. Het bezoek van Sharon de Goede van feestwinkel De Goede Keus aan Mark van der Most van Bakkerij Van der Most is dus een goede gelegenheid om de wederzijdse bedrijven beter te leren kennen. "Het is ontzettend leuk om te zien wat er op de achtergrond allemaal gebeurt voordat het brood en banket in de vitrine ligt", roept Sharon uit.

We spreken om 17.00 uur af in de bakkerij in Lemelerveld. Dat is het moment dat de bakkerswerkzaamheden even stilliggen. Het is als het ware stilte voor de storm voordat in de nachtelijke uren weer volop productie wordt gedraaid. Ga maar na: 80 varianten in brood, 25 soorten klein brood en dan nog allerlei lekkers. Zeker in deze decembermaand. Het is topdrukte bij Van der Most, terwijl De Goede Keus de drukte net even achter de rug heeft. Bij de feestwinkel gaat het van de Pietenpakken voor Sinterklaas naar de outfits voor het carnaval. "Zodra we oud en nieuw hebben gehad, is het meteen hurry up voor het carnaval."

Het is een paar dagen na Black Friday. Jullie hebben beiden meegedaan. Hoe is dat verlopen?

MvdM: "Het is echt wel groeiende. Alle vestigingen meegerekend hebben we 30% meer omzet gedraaid dan vorig jaar. We hebben er voor gekozen om overal op dezelfde drie artikelen korting te geven en

dat is goed uitgekapt."

SdG: "Het is echt wel tof om te zien hoe we in Heino met 20 ondernemers samenwerken om Black Friday gestalte te geven. Persoonlijk liep het bij ons in de winkel lekker door, maar had ik wel iets meer verkoop verwacht."

MvdM: "We zijn in zes plaatsen actief met een winkel, maar Heino springt er echt uit als je kijkt wat er aan Black Friday-promotie wordt gedaan. Overal ballonnenpilaren van De Goede Keus en op strategische locaties waren allerlei grote cadeaus als blikvanger opgesteld. Er is geen dorp dat zo uitpakt."

We lezen wel eens dat de middenstand onder druk staat. Een feestwinkel en een bakker in een dorp als Heino, heeft dat voldoende toekomstperspectief?

SdG: "Over de gehele linie zie je de feestwinkels wel verdwijnen. De kracht van ons is dat we drie elementen combineren: webshop, maatwerk met de ballonnenpilaren en de winkel. De winkel is eigenlijk ontstaan als grap en omdat we geen enorme huur

hoefden te betalen. Je ziet dat mensen vaak komen voor b.v. ballonnenpilaren en dan ook met vlaggetjes naar huis gaan. Dat werkt wel. Bovendien zie je dat de regio ook de weg naar De Goede Keus weet te vinden. Vanwege het assortiment en zeker ook omdat je hier zo gemakkelijk kunt parkeren."

MvdM: "Als je kijkt naar de klassieke drie in een dorp (slager, bakker, groenteboer) hebben wij de meeste kans om te overleven. Dat komt door het onderscheidend vermogen. We zijn continu bezig nieuwe producten te ontwikkelen en het assortiment te wisselen. Overigens zie ik ook wel de trend dat de behoefte aan verse producten groter wordt."

Hoe verhoudt zich de ambitie t.o.v. de alom geroemde klantvriendelijkheid?

MvdM: "We hebben niet de ambitie om nog groter te worden. Zonder veel problemen kunnen we een zevende en zelfs wel een achtste winkel openen, maar we zitten hier echt aan de top qua capaciteit. Dat betekent dus meer aandacht voor kwaliteit dan voor kwantiteit."

SdG: "Door onze klantvriendelijkheid, het meedenken en de flexibele houding willen we uiteindelijk de grootste feestwinkel van de regio Salland en Zwolle worden. Dit alles op een eerlijke en financieel gezonde basis."



Mark, je geeft aan dat de organisatie goed staat. Is het nu de bedoeling om er nog meer uit te halen?

MvdM: "Ja, dat is de reden dat we zijn gestart met het traject 'Bakkerij Van der Most 2.0' waarin we dat juist naar boven willen krijgen. Overigens leren we ook veel van het netwerk in de bakkerswereld. Daar wordt vrijuit gepraat en komen ook de cijfers voorbij. Je ziet hoe je er zelf voor staat en waar je eventueel moet bijsturen."

SdG: "Goh, ik ben erg nieuwsgierig naar Van der Most 2.0. Misschien wil je dat wel een keer delen met de overige leden van de Heinose Winkeliers Vereniging. Daar kan iedereen iets van leren."

MvdM: "Goed idee, daar kunnen we vast wel iets mee."

SdG: "Het geeft meer inhoud aan de vergaderingen en ik denk dat het een impuls kan geven aan de opkomst."

Zowel Bakkerij van der Most als De Goede Keus zijn familiebedrijven. En jullie vertegenwoordigen de generatie jonge ondernemers die nu aan het roer staan en samenwerken met de vorige generatie. Is het een voordeel of een nadeel dat je in een familiebedrijf mag werken?

SdG: "Ik vind het ideaal. Ik werk samen met mijn vader en m'n moeder springt af en toe

bij. We kunnen wat meer tegen elkaar zeggen. Bij medewerkers ervaar je toch eerder een drempel."

MvdM: "Ik vind het ook heel fijn. Mijn ouders hebben me altijd vrijgelaten hoe ik het bedrijf wil runnen. In tegenstelling tot mijn vader ben ik geen bakker, dus wat het vak betreft, vertrouw ik volledig op de chefs voor brood en banket. Ik ben meer gegroeid naar de rol van manager, ondernemer en mede daardoor zijn we wel opgeschaald. Natuurlijk krijg je onderling wel eens leuke discussies over dat iets te mooi of te duur is."

We naderen het einde van het jaar, dus dan mogen we best een blik vooruit werpen. Wat zijn de plannen voor 2020?

SdG: "Voor mijn gevoel is er nog veel te halen op de zakelijke markt. Vooral als het gaat om ballonpilaren. Ik denk dat het zakelijke aandeel daar nu momenteel op zo'n 40% ligt. Dat betekent ook dat ik volgend jaar meer actief wil zijn op LinkedIn."

MvdM: "Bij ons staat veel dus in het teken van het traject Bakkerij Van der Most 2.0."

Ondertussen kijkt Mark met belangstelling naar een pilaar met rood-witte ballonnen die Sharon net uit haar auto heeft gehaald. Bovenop prijkt een rode ballon met het logo van Van der Most. Mooi voor de foto en een

leuk cadeautje voor de bakkerij. "Oeh, ik zie dat het logo wel iets loslaat. Van kou naar warmte, dat kan dus blijkbaar wel problemen opleveren. Dat is weer een mooie les", stelt Sharon.

MvdM: "Hoe lang ben je eigenlijk bezig met het maken van zo'n ballonnenpilaar? Het lijkt een hele klus..."

SdG: "Nou, het gaat wel steeds sneller. Eerst was ik er wel een uur mee bezig, nu lukt het vaak wel in vijftien minuten. Maar, we gaan nooit voor een gewone boog. Dat kan iedereen. We willen ons onderscheiden."

Bakkerij van der Most heeft een vestiging in Heino en ook De Goede Keus is daar gevestigd. Dat moet dus kansen geven voor samenwerking.

MvdM: "Nou, inderdaad, we worden beiden ingeschakeld voor bruiloften. Wij voor de bruidstaart en jullie voor ballonnenpilaren. Wellicht kunnen we het combineren."

SdG: "We staan wel eens op trouwbeurzen, maar in je eentje is dat vaak best wel duur. Misschien eens samen proberen."

MvdM: "Daar kunnen we inderdaad beiden iets aan hebben."

SdG: "Sowieso is het goed om elkaars handel mee te nemen in de gesprekken met onze klanten."



Loetje

Marloe van de Worp
Lageweg 22, 8101 NM Raalte
06 302 138 58
marloevandeworp@gmail.com
www.loetjeandelageweg.nl

aan de Lageweg

Elkaars kwaliteiten ontdekken onder het genot van Rock'n Roll Music? Ja, dat kan! Althans, wél bij Loetje aan de Lageweg. Want daar verzorgt Marloe van de Worp op een verrassende wijze allerlei zinvolle teamuitjes.

Uitjes om de verbinding te vergroten en om de werksfeer een positieve boost te geven. Zo zorgt Loetje aan de Lageweg voor een fijn, enthousiast team. Niet door standaard oefeningen of saaie testen. Maar wel door vooral veel lol te hebben samen. Zoals grappige weetjes van elkaar of het bedrijf ontdekken. Een vrolijke quiz om elkaar beter te leren kennen. En zelfs leuke opdrachten uitvoeren tijdens het borrelen en tapas eten.

Dit kan allemaal op haar eigen ruime, inspirerende locatie. Midden in de natuur van Raalte en heel makkelijk bereikbaar. Marloe: "Laat mij weten wat jullie wensen zijn, dan creëer ik een teamuitje op maat! Want een positief team zorgt voor mooie resultaten!"

Van Bruggen

Van Bruggen Adviesgroep
Molenhof 18, Raalte
0572 74 56 80
hkooijmans@vanbruggen.nl
www.vanbruggen.nl/raalte

Adviesgroep

Je op een prettige en duidelijke manier helpen bij jouw financiële zaken. Dit is het doel van Hendrik Kooijmans financieel adviseur van Van Bruggen Adviesgroep in Raalte.

Op zoek naar een betaalbare oplossing voor het beschermen van jouw inkomen tegen arbeidsongeschiktheid? Hendrik helpt je door een financieel plan op te stellen waarin jullie samen komen tot de beste oplossing voor jouw financiële wensen. Werknemers verwachten steeds vaker dat hun werkgever hen helpt met de financiële zaken, bijvoorbeeld het pensioen. In dit soort gevallen kan Hendrik jouw werknemers daarover adviseren. Als werkgever kun je dan jouw tijd en aandacht aan jouw bedrijf besteden. En ben je verzekerd van deskundig advies voor jouw werknemers.

Je kunt bij Hendrik terecht voor financieel advies over arbeidsongeschiktheid, pensioen en overlijden, maar ook voor vragen over jouw hypotheek en (bedrijfs)verzekeringen. Nadine Volkerink helpt je bij Van Bruggen Adviesgroep met de aan- en verkoop van jouw woning.





Rabo Lease: groeimiddel voor ondernemers

"Veel ondernemers herkennen het waarschijnlijk wel: om te kunnen groeien, zijn investeringen in machines, apparaten en voertuigen soms noodzakelijk. Maar zo'n investering mag niet ten koste gaan van de financiële ruimte om bijvoorbeeld groei te financieren. Dan is Rabo Lease een heel goede keuze," aldus Erwin Snoijer, accountmanager MKB bij Rabobank Salland.

Behoud financiële ruimte

Rabo Lease is financial lease, een financieringsvorm voor bedrijfsmiddelen waarbij je de aanschafkosten spreidt. Met Rabo Lease beschik je snel over een bedrijfsmiddel zonder zelf direct een groot bedrag te moeten betalen. Erwin licht toe: "Stel je voor dat je als ondernemer een nieuwe machine of een nieuw voertuig nodig hebt. Maar je wilt ook eigen middelen vrijhouden, omdat je meer plannen hebt om door te groeien. Bij Rabo Lease kun je dan het volledige aanschafbedrag of een deel daarvan lenen. Je bestelt de machine of het voertuig bij de dealer van jouw keuze. Je bent zelf eigenaar van je aankoop en betaalt vervolgens maandelijks een vast bedrag voor rente en aflossing aan de Rabobank. Zo behoud je de financiële ruimte voor verdere groei en kun je toch noodzakelijke investeringen doen."

Extra armslag

Om te voorkomen dat je nog betaalt voor je graafmachine, 3D-printer of lasrobot als deze

al is afgeschreven, wordt een looptijd voor de leaseperiode afgesproken. Meestal zal dit liggen tussen de twee en acht jaar. In ieder geval is de looptijd niet langer dan de economische levensduur van het bedrijfsmiddel. "Het is ook mogelijk om bij financial lease de btw mee te financieren," zo vertelt Erwin. "Je hoeft dan het btw-bedrag van je aankoop niet zelf voor te schieten. In één van de eerste zes maanden van de looptijd betaal je de btw inclusief rente aan ons terug. Dat geeft dus ook weer wat extra armslag."

Ook interessant voor dienstverleners

Rabo Lease wordt niet alleen gebruikt door bouwbedrijven, industriële ondernemingen of land- en tuinbouwbedrijven. Ook voor dienstverleners is het een interessante financieringsvorm bij de aanschaf van test- en meetapparatuur, grafische apparatuur of kantoor- en winkelinventaris.

Neem voor meer informatie contact op met je accountmanager, bereikbaar op (0570) 50 84 44 of bereken je maandbedrag op rabobank.nl/lease.



Ferry Wunnink en Hugo Geurtse maken graag het hoofd leeg in de buitenlucht

Drie keer in de week hardlopen en je krijgt fitte en energieke ondernemers

SOM'S PASSIE

Niets ten nadele van mensen die in loondienst arbeid verrichten, maar ondernemers staan bekend als hardwerkende mensen. Een 36-urige werkweek, daar lachen ze om. 40 uur is standaard en meestal wordt het wel 50 of 60 uur. Of zelfs nog meer. En klagen, dat doen ze amper. De grote vraag is natuurlijk hoe ze het volhouden. In deze rubriek ontrafelen we iedere editie het geheim van de smid: hoe maakt de ondernemer in zijn of haar spaarzame vrije tijd het hoofd schoon? In deze editie de hardlopers Ferry Wunnink (Multimate Lemelerveld) en Hugo Geurtse (let's stay tuned in Lemelerveld).





Het is zo'n mooi fabeltje dat vrouwen wellicht graag in stand houden. Dat mannen geen twee dingen tegelijk kunnen doen. Dan moeten ze maar eens aan de praat met ondernemers Ferry Wunnink en Hugo Geurtse. De buurmannen uit Lemelerveld gaan elke week minimaal één keer samen hardlopen en zeker tijdens de eerste kilometers wordt er van alles uitgewisseld. "Natuurlijk gaat het dan vrij snel over allerlei ontwikkelingen op het werk."

Bij 'Buurman en Buurman' denk je misschien aan die twee poppen uit de gelijknamige animatieserie. Die twee goedwillende, maar onhandige klussers die maar wat aanklooien. Maak dan nu vooral niet de fout te veronderstellen dat Ferry en Hugo het hardlopen niet helemaal serieus nemen, want beiden hebben eerder dit jaar met succes de marathon van Enschede uitgelopen. Dan kun je dus wel wat!

In Lemelerveld vallen ze niet heel erg op, want er is een flink aantal plaatsgenoten besmet met het hardloopvirus. En in dat gezelschap bevinden zich ook opvallend veel ondernemers. "Dat is geen toeval", stelt het duo dan ook vast. Het heeft volgens hen alles te maken met het gegeven dat hardlopen een perfecte manier is om in relatief korte tijd je hoofd leeg te maken. "Soms is er wat stress op het werk, kom ik pas om 20.00 uur thuis, maar

dan trek ik toch nog even de sportschoenen aan. Een uurtje later voel je je al weer fit en energiek", vindt Ferry, in het dagelijks leven samen met zijn broer Harold verantwoordelijk voor het reilen en zeilen van bouwmarkt Multimate in Lemelerveld.

Hij is dan ook van mening dat het een heel slecht excuus is dat je geen tijd hebt. "Dat mag eigenlijk geen issue zijn." Zijn loopmaat, buurman en collega-ondernemer (klankbord voor ondernemers en mede-eigenaar van let's stay tuned) is het roerend met hem eens. "Ook al draai je als ondernemer ongetwijfeld meer uren dan iemand in loondienst, je kunt altijd sporten. Tegenwoordig blok ik de woensdagochtend. Dat is een prima stok achter de deur."

Heilige doelstelling

Ferry liep al wel kortere afstanden, maar het was zijn buurman die hem inspireerde eens wat meer kilometers te proberen. "Ik tenniste altijd, maar nadat ik twee keer een achillespees had gescheurd, kreeg ik het advies om te gaan lopen", vertelt Hugo hoe zijn passie voor het hardlopen is ontstaan.

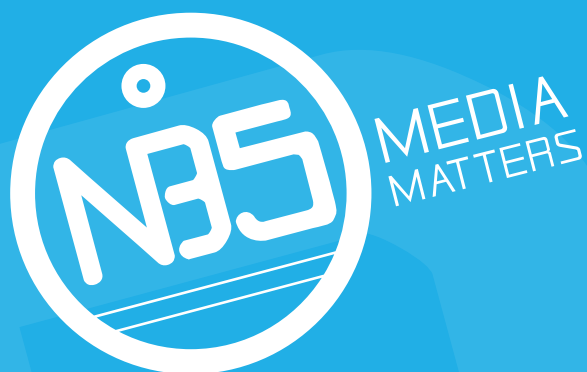
Gezamenlijk stuwen ze elkaar naar grotere hoogte. Zowel figuurlijk (het aantal kilometers) als letterlijk (lopen over de verschillende routes op de Lemelerberg). En zo begint het balletje te rollen. Loop je ineens een halve marathon, een trialparcours van 25 kilometer

op de Lemelerberg en besluit je na overleg met het thuisfront ook de ultieme uitdaging aan te gaan over die klassieke afstand van 42 kilometer en 195 meter. Een mooie ervaring en ze sluiten een vervolg niet uit. "Qua lange afstanden houden we het voor dit moment in principe bij een paar halve marathons en de Sukerbietenloop van 25 kilometer in ons eigen Lemelerveld."

Het is natuurlijk mooi om op zoek te gaan naar parallellen tussen het ondernemerschap en de sportieve hobby. In dit specifieke geval liggen ze bijna voor het oprapen. Zoals: "Als ondernemer wil je altijd goed geïnformeerd zijn en kunnen omspringen met veranderende omstandigheden. Dat geldt ook als je gaat hardlopen. Hoe wordt het weer, waar gaan we lopen? Het doel van het hardlopen blijft hetzelfde, maar de omstandigheden kunnen je dwingen om iets bij te stellen. Bijvoorbeeld het aantal kilometers, het parcours, de duur en het materiaal."

Door hun ervaring weten Hugo en Ferry inmiddels dat ze niet teveel met de tijd bezig moeten zijn. Het is belangrijker om te lopen dan de afstand in een bepaalde tijd te overbruggen. "Natuurlijk zoek je soms wel de grenzen op, maar als je jezelf tijdsdruk oplegt, bestaat de kans op blessures. Hetzelfde is min of meer van toepassing op het ondernemersleven. In hoeverre moet je het streven naar een bepaalde omzet zien als een soort heilige doelstelling?", laten ze bewust even een stilte vallen.

Vooruit, nog één vergelijking dan: ook al is het baggerweer of is het zaterdagavond iets later geworden; elke zondagmorgen om 8.30 uur zijn de mannen ergens in de omgeving van Lemelerveld te vinden om het heilige hardloopvuur brandend te houden. Natuurlijk in strakke hardloopkleding. Dat kan nu, want ze zijn beiden wel een aantal kilo's kwijtgeraakt. "Ach, het gaat echt niet altijd van harte, maar zo werkt het ook in het bedrijfsleven. Soms is het gewoon accepteren dat het niet je dag is en is het een kwestie van anticiperen. Dat het net anders loopt en je toch moet doorgaan. De kunst zit 'm in het genieten van de reis."



In 2020
gaan we verder als...



Stichting Raalte Viert Vrijheid al druk met activiteiten voor 75 jaar bevrijding

“Bijzonder dat wij al zo lang in vrijheid kunnen leven”

Herdenken doen we samen en in 2020 doen we dat op een bijzondere manier in de gemeente Raalte en de omliggende kernen. Dan is het 75 jaar geleden dat de bevrijding in Salland een feit was en de wreedheid van de oorlog werd gekeerd. Een mijlpaal zegt Rob Aa van de Stichting Raalte Viert Vrijheid. “Het is bijzonder dat wij al zo lang in vrijheid kunnen leven, wij willen bijdragen aan dit bewustzijn.”

“Er zijn nog steeds enkele veteranen die hebben gevochten voor onze vrijheid en we hopen dat we die naar Raalte kunnen halen. Maar de generatie die het bewust heeft meegemaakt, is aan het verdwijnen en dat maakt deze herdenking wel bijzonder”, zeggen ook bestuursleden Wilco Lindeboom en Ronald Nab. Het geeft de vele activiteiten extra glans.

Een van de dingen die de stichting heeft bedacht is het Marshallpakket, genoemd naar het Amerikaanse reddingsplan waarmee Europa na de oorlog kon worden opgebouwd. Iedereen kan een pakket aanschaffen en meedoen aan de festiviteiten met onder meer een vlag, een banner en een raamsticker. “Zo stralen we eenheid uit”, aldus de stichting. Op de website raalteviertvrijheid.nl zijn verschillende pakketten te bestellen.

Spectaculair

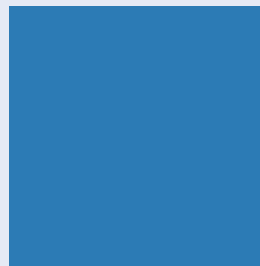
De site vult zich langzamerhand met alle activiteiten van de stichting zelf en van alle organisaties in de kernen die zich met de bevrijding bezighouden. Sommige evenementen staan al stevig in de steigers. Zo pakt de stichting uit met een concert op 5 mei

bij de Kruisverheffing. Musicus Hans Groen werkt aan een nieuwe compositie dat door het Orkest over de IJssel wordt uitgevoerd. Rondom de kerk kunnen vijfduizend mensen genieten van de muziek en de spectaculaire lichtshow waarbij videomapping wordt gebruikt. Een techniek waarbij beelden worden geprojecteerd op gebouwen. “Wil je daar echt van genieten, dan kun je meedoen aan het Vrijheidsdiner bij De Zwaan en Brasserie Zwakenberg”, zegt Rob Aa.

De feestelijkheden worden op 11 april geopend met een optreden van de Pauwer Girls op de Plas. Tot 5 mei is het centrum van Raalte versierd met de vlaggen van de bevrijders, zijn er exposities, dansuitvoeringen, wandel-, auto- en fietstochten, lezingen en een estafetteloop waarbij lopers van AV Salland het bevrijdingsvuur uit Normandië meebrengen. Hou dus de website in de gaten!

Bladpresentatie oktober 2019

Na twee sportieve uitstapjes waren we er eerlijk gezegd wel weer aan toe: een bladpresentatie in een horecagelegenheid. En wat voor één: Het Buitenhuis bij Heino. Het nieuwe etablissement op de vertrouwde locatie liet zich van de goede kant zien door lekkere drankjes en heerlijke hapjes te serveren. De bezoekers waren onder de indruk van de ambiance. En zeker ook van onze hoofdgast, covermodel Carlijn Postma, die een prachtig verhaal hield over 'bingemarketing'. Marketing volgens het Netflix-principe: sluit elke aflevering van een serie af met een trigger zodat je blijft kijken. Meteen een mooie sneak preview van haar laatste boek over hetzelfde onderwerp. Het bleef nog lang gezellig bij Het Buitenhuis...





De specialist in letter- en lichtreclame!

Van eenvoudige reclame-uitingen
tot totaalconcept



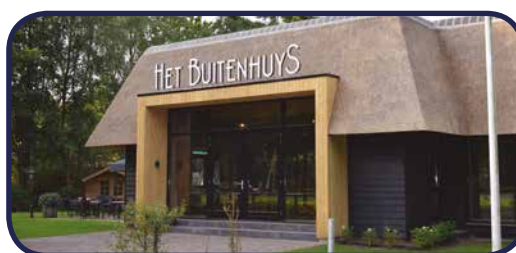
letter- en lichtreclame



technische kennis
eigen montageteam
snelle levering
decennia lange
ervaring



BELETTERING
VAN
A TOT Z!



BIJ ONS
BENT U AAN
HET JUISTE
ADRES!

L.J. Costerstraat 15, 8141 GN Heino | Tel. 0572 393015 | studio@technoprinholland.nl | www.technoprinholland.nl

Maak kennis met de leasefiets Hét alternatief voor fietsplan!

Zorgeloos

Je medewerkers elke dag zorgeloos en zonder onderhoudskosten met de fiets van en naar het werk. Je kunt kiezen voor een gewone fiets of een praktische E-bike. De fiets wordt volledig uitgerust zoals jij dat wenst en met volledig onderhoud, reparatie, fietsverzekering en pechhulp.

De voordelen

- > Vitaal
- > Gezond
- > Alle fietsen mogelijk
- > Zorgeloos zakelijk fietsen

Tjalkstraat 6 | 8102 HG Raalte | (0572) 36 28 00
info@kruipertweewielers.nl | www.kruipertweewielers.nl

Kruiper **K**
Tweewielers

High-Tech Offset

Een super kwaliteit

High-Tech Offset volgens Veldhuis Media

Veldhuis Media heeft het drukproces volledig geïntegreerd, geautomatiseerd en gedigitaliseerd. Dit supersnelle en slimme concept noemen we High-Tech Offset.

Door uw en ons drukwerkproces volledig en naadloos op elkaar aan te sluiten, krijgt u uw kwaliteitsdrukwerk een stuk sneller, efficiënter en toch voordelig.

**Een super kwaliteit voor een nog
betere prijs.**



VELDHUIS MEDIA

Daar krijg je een kleur van!

