

OKArnhem

Het magazine van Ondernemers Kontakt Arnhem

2^e jaargang nr. 1

Innovatie

Maart 2017

**Update Arnhemse bedrijven
uit Startup50**

**Overleven door je
businessmodellen te innoveren**

**Elitefrites en online
winkelconcepten (of juist niet)**

KIEZEN VOOR UW ENTHOUSIASME: DAT SPREEKT BIJ ONS VOOR ZICH!



Wir leben Autos.



BROEKHUIS ARNHEM: 100% RIJPLEZIER, DAT IS ONS DOEL!

Bij Broekhuis Arnhem komt u als klant op de eerste plaats. Dat u met ons scherp zaken doet, ervaart u bij een bezoek aan onze showroom. Hier kunt u het complete nieuwe gamma van Opel bewonderen en vindt u degelijke, zeer aantrekkelijk geprijsde, gebruikte auto's. Zo willen wij de dealer zijn waar u zich thuis voelt én waar u kunt rekenen op professionaliteit.

Kiest u voor het beste onderhoud tegen voordelige werkplaats-tarieven, voor het aantrekkelijke aanbod nieuwe of gebruikte auto's, of wilt u weten wat uw huidige auto ons waard is? U bent van harte welkom!



Verkoopteam Arnhem: Koen Hageman,
Tim van de Sluis, Frans van der Veen



Directeur: Simko Crum



BROEKHUIS
beweegt mensen

Broekhuis Opel Arnhem

Ringoven 19
6826 TP Arnhem
(T) 026 - 369 22 11

broekhuis.nl

Mijn eerste!

Met een mooi voorwoord nam hij afscheid als voorzitter. Bart van Meer doopte zijn laatste epistel in 'OKArnhem' met de titel 'De laatste'. Hoe anders is het voor mij. Vanaf december maak ik deel uit van het bestuur van deze dynamische ondernemersvereniging en meteen mag ik ook een bijdrage leveren. Mijn eerste! Dat doe ik met veel plezier.

OKA richt zich als ondernemersvereniging onder andere op netwerken en kennisdeling. Pijlers die naadloos aansluiten op de doelen van Rabobank Arnhem en Omstreken, waar ik werkzaam ben als directievoorzitter. Wij willen als bank verbindingen leggen en zoveel mogelijk kennis delen. Eigenlijk doen we bij OKA niet anders.

Mijn portefeuille als bestuurslid van OKA is 'circulaire economie en innovatie'. Ik was onlangs bij een bijeenkomst van de gemeente Arnhem waar onderwijsinstellingen en het bedrijfsleven de handen uitgerekend op deze onderwerpen ineen sloegen. Er zijn inmiddels veel initiatieven op het gebied van innovatie en start-ups. Als je die met elkaar weet te verbinden dan versterk je de regio. Samen moeten we proberen de regio op de kaart te zetten. Op het gebied van innovatie en start-ups, maar ook waar het gaat om circulaire economie.

Dat ik de genoemde portefeuille heb gekregen, is overigens geen toeval. Met de Rabobank zijn we bezig met een bijzondere expeditie. Op verschillende thema's werken zogenaamde expeditieteams enthousiast aan een perspectief voor de regio. Ook op het vlak van innovatie en circulaire economie is er een uitgebreide scan geweest en zijn er pilots in gang gezet. Op 10 april presenteren we de resultaten van ons economische onderzoek en komen we met vervolgplannen. Ik nodig u van harte uit daarbij aanwezig te zijn. Ik kan al verklappen dat we het project hebben omgedoopt tot 'Arnhem Connect'. Want eigenlijk draait het daar om. De eerste conclusies van de expeditieteams geven aan dat er veel gebeurt, maar dat er een 'connectie' nodig is tussen al deze initiatieven. Een verbinding waarmee we weer terugkomen op de pijlers van OKA netwerken en kennisdeling! Samen kunnen we mooie dingen realiseren.

Doet u ook mee?

Jan Ummenthum
bestuurslid OKA



OKArnhem is een vier maal per jaar verschijnend magazine dat wordt uitgegeven op initiatief van en in samenwerking met Ondernemers Kontakt Arnhem.



Coverfoto

Laadpalen op IPKW.
Foto: Jacques Kok

Secretariaat OKA

Ondernemers Kontakt Arnhem
Kantoorgebouw De Enk, Tivolilaan 205
6824 BV Arnhem, Postbus 2 6800 AA
Arnhem, Tel. 026- 8454515
info@oka.nl, www.oka.nl

Redactiecommissie OKA

Peter de Haan, Marian Adelaar en Frank Thooft (OKA), Cees van Doornik en Jasper Sutmuller (De Persgroep) en Francien van Zetten (journalistiek)

Kennispartners

Dirkzwager advocaten & notarissen
Flynth adviseurs - accountants
Hogeschool Arnhem-Nijmegen

Met medewerking van

Jacques Kok, Dick Leseman, Mathilde Lentjes, Daan Appels, Marc Pluim

Uitgever

Ondernemers Kontakt Arnhem

Acquisitie

De Persgroep Nederland

Vormgeving

Hans van Oosterhoudt, De Persgroep Nederland, Bedrijfsbureau AdOps

Distributie

OKArnhem wordt toegezonden aan alle ondernemers in het Arnhemse groot-, midden- en kleinbedrijf, alsmede aan alle betrokkenen op het terrein van het beleid ten aanzien van het bedrijfsleven in deze gemeente.

De uitgever kan niet verantwoordelijk worden gesteld voor de inhoud van de advertenties. Niets uit deze uitgave mag op welke wijze dan ook worden verveelvoudigd en/of overgenomen zonder voorafgaande toestemming van de uitgever. De rechten van de redactionele tekst en de fotografie berusten bij de uitgever.



HyGear

Marinus van Driel van HyGear: "Waterstof is gewoon een heel schone brandstof."

9



Succesvolle formules

Elitefrites, Stan&Co en 't Taphuis: succesvolle formules, hun oorsprong en hun effect op de Arnhemse binnenstad

36

Gastcolumn

Dominique Binkhorst, provincie Gelderland: Arnhem, doe meer met smart industry!

15



Innovatie

Twee innovatieve Arnhemse bedrijven nader belicht: #hekje en Universal

20





Sterren van Arnhem

Bob Winters, algemeen directeur van KuiperArnhem, begon al tijdens de kredietcrisis met het innoveren van businessmodellen.

26



Innovatie

Met durf en visie je winkelconcept omgooien, zoals Pollmann en RESET

30

En verder

- Alucha en Webtexttool een jaar na Startup50
- Update van bestuursportefeuilles
- De ochtend van Christiaan Holland
- Innovatiebox verlaagt belasting tot 5%
- Snel internet vereist langzaam denken
- Gastcolumn: Nederland een derdewereldland?
- Gastcolumn: patent is niet allesheiligend

14
17
29
33
35
36
37



Thema:
Innovatie

‘We worden steeds beter herkend en begrepen’

Bedrijventerreinen worden gesloten en kantoorpanden staan leeg. Voor Industriepark Kleefse Waard echter staan bedrijven bijna letterlijk in de rij. Hoe kan dat? Wat is er zo bijzonder aan dat park, dat veel Arnhemmers nog steeds associëren met ‘vieze industrie’? Die typering raakt tegenwoordig kant noch wal. Sinds ontwikkelaar/belegger Schipper Bosch het park in 2003 overnam is alles anders. Sterker nog: IPKW is booming.

TEKST DAAN APPELS | FOTOGRAFIE JACQUES KOK

Zo, dat ziet er gelikt uit! Als je een paar jaar niet op het bedrijventerrein bent geweest, verbaas je je meteen bij de entree. Een glimmende portiersloge en nog vriendelijke mensen ook die je verder helpen. Welkom op IPKW, ‘de wereld op één plek’ als we de site van Schipper Bosch mogen geloven. Hier zijn vooral bedrijven gevestigd die zich richten op (innovatieve) technologie en duurzaamheid.

Luttele minuten later. Gezeten aan tafel met koffie en thee, schuiven directeur Kevin Rijke (geen stropdas maar een sjaltje) en Mathijs Buddingh’, verantwoordelijk voor het commercieel beheer van het park, visitekaartjes richting hun gast. ‘Join the cleantech community’, staat erop. Ach ja, waarom zou je niet flink reclame maken voor je eigen business?

Eeuwigheid

Van de scepsis van dat moment is een uur later weinig over. Rijke en Buddingh’ hebben een goed verhaal. We hebben het over commercieel vastgoed, maar Schipper Bosch heeft uitgesproken het terrein niet te willen verkopen. “We zitten hier voor de eeuwigheid”, stelt Rijke, en een leek begrijpt dat dat rust geeft in de tent. Buddingh’: “Met die wetenschap kijk je anders naar commercieel vastgoed. We kunnen het hier structureel goed opbouwen en doen niet aan oppimpen voor de buitenwereld.”

Inmiddels heeft die buitenwereld in de gaten dat er iets bijzonders gebeurt op IPKW. In 2015 won het Arnhemse bedrijven-

Industriepark Kleefse Waard (IPKW) doet in niets meer denken aan het bedrijventerrein van voor de eeuwwisseling



terrein de 'Gouden Piramide', een rijksprijs voor 'inspirerend opdrachtgeverschap'. De jury stelde dat IPKW 'een nieuwe standaard heeft gezet voor herontwikkeling'. Breng daar maar eens wat tegenin.

Rijke: "Op die prijs zijn we natuurlijk trots. Het heeft onze naam zeker goed gedaan. We worden steeds beter herkend en begrepen in ons streven het duurzaamste bedrijventerrein van Nederland te worden."

Pareltje

Waar hebben we het precies over? Over een bedrijventerrein van 60 hectare, ingeklemd tussen de Westervoortsedijk, de N325 (Pleijweg) en een dode arm van de Neder-Rijn, dat bestaat sinds 1941 en dat jarenlang de thuishaven was van AKU, het huidige Akzo Nobel. Enkele verzelfstandigde onderdelen van Akzo Nobel zitten nog steeds op het terrein, dat vandaag de dag bijna zeventig bedrijven en bedrijfjes huisvest. In totaal werken ruim 1.250 mensen op de Kleefse Waard. Daarmee levert het bedrijventerrein een wezenlijke bijdrage aan de werkgelegenheid in Arnhem. De verstandhouding met het gemeentebestuur, dat IPKW een 'pareltje voor Arnhem' heeft genoemd, is uitstekend.

De grootste verandering van de laatste pakweg vijf jaar is dat IPKW is veranderd. Niet meer heel erg op zichzelf gericht, maar veel meer naar buiten gekeerd. Daarbij wordt waar mogelijk de duurzame filosofie uitgedragen. Niet eens per se om nieuwe bedrijven te interesseren, want veel ruimte is er niet meer. Buddingh': "Het is hard gegaan. Tegen bedrijven waar we twee jaar geleden nog blij mee waren geweest, zeggen we nu 'nee'. Omdat ze niet passen in onze visie, die uitgaat van het bundelen van bedrijven die zich bezighouden met Energie en Milieutechnologie. EMT, met name gericht op duurzame en innovatieve producten, diensten en oplossingen, is het centrale thema van IPKW."

De verduurzaming van het bedrijventerrein is uitgevoerd met vijf aandachtsgebieden als leidraad: energie, afval, mobiliteit, mensen en bebouwde omgeving. Omwille van de ruimte slechts een korte toelichting. Rijke: "We proberen duurzame energiestromen zoveel mogelijk integraal te koppelen. Zonne-energie en windenergie uiteraard, maar er komt ook een biomassaketel. Op het gebied van afval streven we naar vrijwel volledig hergebruik. We zijn bezig een grondstoffenbank op te zetten waarin we alle afval gaan verzamelen. Andere bedrijven kunnen daaruit putten."

"Mobiliteit is ook een mooi voorbeeld van onze aanpak. We hebben 65 laadpunten voor elektrische auto's. Dat doet niemand ons na. Mathijs en ik rijden elektrisch, maar je ziet nu dat steeds meer mensen die hier werken een elektrische auto aanschaffen. Omdat ze weten dat je aan het eind van de dag met een volle accu naar huis kunt."

Energie label A

"Op het gebied van mensen kijken we ook naar wat we kunnen betekenen voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, en bebouwde omgeving is iets dat in de genen zit van Schipper

Bosch, van oudsher een bouwbedrijf. Onze insteek is herontwikkeling, niet slopen en nieuw bouwen. We hebben hier gebouwen van zeventig jaar oud met energielabel A. Mooi toch? Ook bij de aanplant van groen denken we eerst na. De laatste keer zijn het Japanse honingbomen geworden, omdat bijen steeds meer worden bedreigd. Als je dan toch bomen plant, waarom dan geen exemplaren waar die bijen wat aan hebben?"

De maakindustrie, vroeger de basis van IPKW, is nog altijd goed vertegenwoordigd op het terrein. Steeds meer echter is 'een tweede schil' zichtbaar. Een adviesbureau, designbedrijfjes en innovatieve bedrijven op het gebied van duurzaamheid hebben er een veel gevarieerder 'community' van gemaakt. Er zijn ook ontmoetingsgelegenheden voor medewerkers van al die bedrijven en mogelijkheden om te sporten. Meerwaarde die wordt gecreëerd door de 'regisseur' van dit alles: Schipper Bosch.

'Onze insteek is herontwikkeling, niet slopen en nieuw bouwen'

Van community naar campus

Nu nog de derde schil. Rijke: "Onderwijs. Daar zetten we stevig op in onder het motto: 'Van community naar campus'. De aansluiting van het onderwijs op het bedrijfsleven kan veel beter. Hoe mooi zou het zijn als jongeren straks aan de voorkant binnenkomen als student of stagiaire, en aan de achterkant, na hun studie, blijven hangen omdat ze hier een baan vinden? De contacten met ROC's, ArteZ en de HAN zijn er. Het gaat nu om de matchmaking. Niet toevallig hebben we daar onlangs iemand voor aangenomen."

Van de mevrouw in de portiersloge krijgen we bij vertrek een vriendelijke glimlach.

Persoonlijk

Kevin Rijke (33) studeerde bedrijfskunde aan de Radboud Universiteit Nijmegen. Na zijn studie was hij lange tijd assistent van Jan Jonker, een professor die zich bezighoudt met strategie, transitie en duurzaamheid. Via zijn eigen adviesbedrijf kwam hij in contact met Schipper Bosch en werd hij verantwoordelijk voor de marketing en communicatie van alle bedrijfsonderdelen van deze ontwikkelaar/belegger. Zijn meeste aandacht ging naar IPKW, het grootste project van de groep. In 2015 werd hij directeur van IPKW. Hij woont in Nijmegen.



Mathijs Buddingh' (39) werd twee jaar geleden door Kevin Rijke binnengehaald voor het commercieel beheer van het park. Mathijs studeerde aan Hogeschool Van Hall Larenstein in Velp, waar hij werd opgeleid tot rentmeester. Hij werkte aansluitend vooral in de agrarische vastgoedsector. De jaren voor hij in dienst trad van IPKW was hij operationeel verantwoordelijk bij een vastgoedbedrijf en tevens leegstandsbeheerder. Mathijs woont ook in Nijmegen en is bestuurslid van OKA.



Waterstof is gewoon een hele **schone brandstof**

Marinus van Driel (CEO)

*Niels Lanser (Director
Marketing & Sales)*

Auto's die op waterstof rijden komen er. Over tien jaar wellicht al, maar in elk geval binnen twintig jaar. Daar is Marinus van Driel, algemeen directeur van Fuel Cell Product HyGear, heilig van overtuigd. Hij is in goed gezelschap: op het World Economic Forum in Davos begin dit jaar spraken achttien grote partijen, waaronder Shell, Toyota en BMW, af de komende vijf jaar samen 9,5 miljard euro te investeren in het rijden op waterstof. HyGear opende in februari een waterstoftankstation op Industriepark Kleefse Waard. Daar verrijst ook een nieuw hoofdkantoor met ontwikkel- en testlabs dat in het najaar gereed is.

TEKST FRANCIEN VAN ZETTEN | FOTO JACQUES KOK

Als ondernemer moet je een droom hebben, vindt Marinus van Driel, algemeen directeur van HyGear in Arnhem. Overtuigd van de visie dat waterstof als schone energiedrager de brandstof van de toekomst is, richt Van Driel in 2002 het innovatieve bedrijf HyGear op. Zijn bedrijf ontwikkelt en produceert inmiddels kleine gasfabriekjes, ter grootte van een zeecontainer, die bij onder meer glas- en metaalfabrieken waterstof, stikstof of zuurstof produceren.

HyGear: van startup naar internationale speler in waterstofeconomie

Vijftien jaar later, op 15 februari van dit jaar, opent Van Driel samen met de Arnhemse wethouder Anja Haga van duurzaamheid het waterstoftankstation op Industriepark Kleefse Waard (IPKW). "Waterstof is gewoon een hele schone brandstof met nul-emissie. Het enige dat uit de uitlaat komt, is een beetje water", legt hij uit. "Alleen de technologie om waterstof op een eenvoudige manier te kunnen tanken moest nog ontwikkeld worden. Dat lukt steeds beter."

Bij het waterstoftankstation aan de Oude Veerweg kan onder 300 bar worden getankt. Later wordt de installatie ook geschikt voor tanken onder 700 bar. "We laten hier zien dat het kan: waterstof tanken. Net zo eenvoudig als het tanken van LPG. Het grote voordeel van waterstof ten opzichte van auto's die op elektrische batterijen rijden is dat het opladen van hun batterijen zo lang duurt", zegt Van Driel.

Voorlopig tanken er in Arnhem twee waterstofauto's van de gemeente Arnhem en Rijkswaterstaat, enkele particulieren en de waterstofbus van Syntus die op het traject Arnhem-Apeldoorn rijdt. Van Driel: "Het is en blijft een kip-en-het-ei-verhaal: als er geen tankstation is, koopt bijna niemand een waterstofauto en andersom. Dat patroon doorbreken we nu."

Trots

Wethouder Haga is trots op een bedrijf als HyGear. "Arnhem heeft grote ambities als het gaat om duurzaam vervoer. In 2010 opende HyGear in Arnhem het eerste waterstoftankstation van Nederland. Nu is het weer terug en is dit het derde tankstation in Nederland waar waterstof getankt kan worden." Haga ziet het waterstoftankstation als vliegwiel dat mensen er toe aanzet een waterstofauto te kopen. De groei van HyGear betekent tevens

meer banen in Arnhem, constateert ze. "De bouw van het nieuwe hoofdkantoor op Industriepark Kleefse Waard geeft niet alleen een impuls aan het gebruik van duurzame brandstoffen, maar ook aan de werkgelegenheid." Bij HyGear werken nu 62 mensen, dat zijn er eind van dit jaar zo'n honderd.

Marinus van Driel kijkt ook met trots terug op de opening van het tankstation. En op de financiering van de groei van HyGear die in dezelfde week een enorme boost kreeg, doordat de NPEX-obligatielening voor 2,5 miljoen euro binnen vier dagen was volgetekend. "Dat was een record. Dat het zo snel ging, hadden ze bij NPEX MKB Fonds nog nooit eerder meegemaakt. Het betekent dat wij niet de enigen zijn die vertrouwen hebben in waterstof als brandstof van de toekomst."

Groei

Met het geld kan HyGear een deel van de groei die voor de komende vijf jaar wordt verwacht financieren. "Tot begin dit jaar hebben we onze groei altijd uit eigen middelen kunnen betalen, maar we groeien nu zo hard dat dit niet meer lukt", verklaart Van Driel. "Onze orderportefeuille is een stuk voller dan in 2016. We denken dat we onze productie kunnen opvoeren en onze omzet de komende vijf jaar verdrievoudigt van 9,15 miljoen euro in 2016 naar zo'n 30 miljoen in 2012."

Het Arnhemse bedrijf bouwde tot en met vorig jaar 29 installaties bij fabrieken, zoals Philips in België, glasproducent Saint-Gobain in Spanje en bij fabrieken in de Verenigde Staten en Japan. Dit jaar worden er tien installaties gebouwd, waarvan er vier naar de VS (Californië, Texas) gaan, drie naar Letland, twee naar glasfabrieken in Spanje en één naar Colombia (voedingsindustrie). Van Driel: "Bij Walmart in de Verenigde Staten rijden alle heftrucks op waterstof. Elektrische heftrucks staan te lang stil als ze twee tot drie uur nodig hebben om weer op te laden. In Japan zijn ze ook al ver met het gebruik van waterstof als duurzame brandstof en in Letland gaan onze installaties waterstof leveren voor brandstofcellbussen."

Andere strategie

In eerste instantie ligt de focus van HyGear op de productie van waterstof als brandstof voor auto's. Op Industriepark Kleefse Waard worden innovatieve technologieën ontwikkeld om waterstof te produceren in tankzuilen die op tankstations kunnen worden geplaatst. Als de ontwikkeling van waterstof als duurzame brandstof enkele jaren later stagneert door de opkomst van



Wethouder Anja Haga tankt als eerste waterstof

de elektrische auto's op batterijen, raakt het geld op en wijzigt HyGear zijn strategie.

"We richten ons op een niche in de markt die wereldwijd groeit met zo'n 6 procent per jaar"

"We realiseerden ons dat je als bedrijf met vijftien mensen niet helemaal afhankelijk kan zijn van nieuwe technologie als daar onvoldoende vraag naar is", doet Van Driel uit de doeken. "De vraag naar waterstoftechnologie in de industrie bleek veel groter. Daar

zijn we ons toen op gaan richten. We hebben onze technologie aangepast, doorontwikkeld en in containers gestopt. Daarmee kunnen we op locatie waterstof, maar ook stikstof en zuurstof produceren." Zijn innovatieve waterstof- en gastecnologie heeft HyGear vastgelegd in twaalf octrooien.

De installaties van HyGear leveren onder meer glas- en metaalfabrieken een enorme energiebesparing op, die kan oplopen tot een kostenbesparing tot 50 procent. Van Driel: "Al was het maar, omdat waterstof niet meer onder hoge druk over grote afstanden vervoerd hoeft te worden." Om klanten te overtuigen van de betrouwbaarheid van de leverantie van industriële gassen ontwikkelde HyGear zijn eigen waterstofvulstelsel voor het vullen van tubetrailers. Het bedrijf beschikt nu over twee tubetrailers voor het transport van waterstof onder druk. Zij dienen als back-up, zodat te allen tijde waterstof geleverd kan worden aan klanten.

Nieuwe activiteit

Door elk jaar 2 à 3 miljoen te investeren in productontwikkeling blijft HyGear zich ontwikkelen. Met de kapitaalinjectie wordt onder meer een nieuwe activiteit gefinancierd: het zuiveren van industriële gassen. "Met onze nieuwe installaties kunnen we gas-

Groei HyGear

2002 HyGear opgericht in Arnhem, drie medewerkers, hoofdactiviteit ontwikkelen waterstofbrandstofcel voor auto's

2005 15 medewerkers, HyGear richt zich op vraag naar waterstof in industrie, o.a. glas- en metaalindustrie, PPM Oost NV aandeelhouder

2008 HyGear winstgevend

2009 ingenieursbureau Abengoa S.A. aandeelhouder

2010-2012 eerste waterstoftankstation van Nederland bij Vébé Van Steijn, Van Oldenbarneveldtstraat

2013 start nieuwe activiteiten: Gaz as a Service (GaaS), naast waterstof (H₂) ook stikstof (N₂) en zuurstof (O₂)

2016 omzet 9,15 miljoen euro, waarvan 800.000 euro winst, 62 medewerkers, start nieuwbouw hoofdkantoor op Industriepark Kleefse Waard (IPKW) Arnhem

2017 15 februari opening waterstoftankstation op IPKW

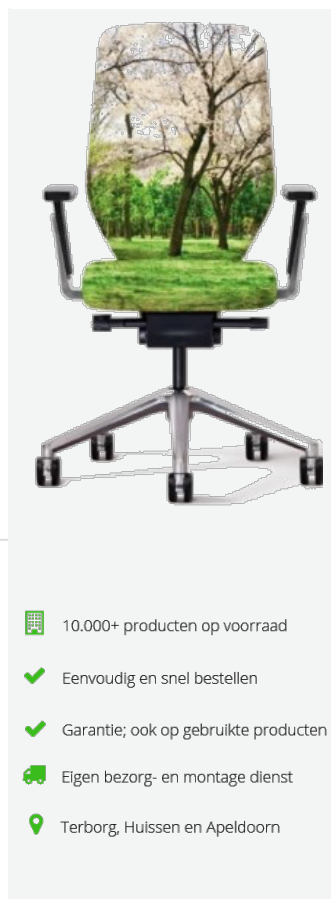
2017 najaar, opening hoofdkantoor, circa 100 medewerkers

Komende vijf jaar groei voorzien naar omzet van 30 miljoen euro en circa 125 medewerkers.

sen terugwinnen uit restgassen. Dat gebeurt door deze restgassen, die in het industriële proces zijn vervuild met bijvoorbeeld fijn stof en andere verontreinigingen zoals zwavel, zuurstof en water gassen, te zuiveren. We zijn nu installaties aan het testen in Duitsland en straks ook in Polen." Van Driel verwacht dat deze nieuwe technologie volgend jaar op de markt komt.

Zo heeft de Arnhemse startup uit 2002 zich ontwikkeld tot wereldspeler als het gaat om de productie van waterstof op locatie. "We richten ons op een niche in de markt, maar het is een niche die wereldwijd groeit met zo'n 6 procent per jaar. Zeker als de vraag naar waterstof als brandstof voor voertuigen doorzet", constateert Van Driel.

Hij noemt de gemeente Arnhem, maar ook investeringsmaatschappij Oost NV als belangrijke partijen. "Oost NV heeft als aandeelhouder het vertrouwen gehad in de technologie die we aan het ontwikkelen waren en de gemeente Arnhem is al jaren een voorvechter als het om de waterstofeconomie gaat. De gemeente was partner in het eerste waterstoftankstation, waar we veel van hebben geleerd en steunt het nieuwe tankstation ook met een lening van 3,5 ton. Dat is belangrijk om zo'n project van de grond te krijgen."



Bedrijfsinrichtingen van

A tot Z

*Bezoek onze informatieve website
met shopmogelijkheid!*

► Showroom voor de regio Arnhem-Nijmegen:
 Nijverheidsstraat 3, 6851 EJ, Huissen
 Tel.: 026-3616843, Email: info@terborgse.nl

WWW.TERBORGSE.NL

De laatste Volkswagen Passat Variant GTE met 15% bijtelling. Wie wil daar nou niet in zitten?

OP
=
OP

Wilt u nog profiteren van (bijna) 5 jaar 15% bijtelling?
 Bekijk dan snel onze voorraad op zjm.nl/passatgte15

- › Standaard DSG-automaat
- › Vanaf €226* netto bijtelling per maand
- › Nu met **GRATIS** lederen interieur t.w.v. €1.995,-

Dit uiterst zuinige ruimtewonder blinkt uit in veelzijdigheid. Met 218 pk plug-in hybride motor, ruim 1.600 liter bagageruimte én een trekgewicht van 1.600kg. Als Connected Series extra rijk uitgerust!



*Netto bijtelling per maand is gebaseerd op 40,8% inkomstenbelasting

De lastige weg van **beloftevolle startup** naar **succesvol bedrijf**

In Gelderland barst het, oneerbiedig gezegd, van de startups. In mei vorig jaar presenteerde ‘Startup50 Gelderland’ een ranglijst met de vijftig beste startups van de provincie. Vraag is natuurlijk altijd of die bedrijven de opgaande lijn kunnen doortrekken. Wij vroegen, benieuwd als we zijn, aan de directeuren van twee in Arnhem gevestigde bedrijven uit die vijftig beste naar de laatste ontwikkelingen: Webtexttool en Alucha.

TEKST: DAAN APPELS | FOTO: MARC PLUIM

STARTUP WEBTEXTTOOL

De zoekmachines te slim af

Bij Google of een andere zoekmachine de branche intikken waarin jij actief bent, nog een tweede keyword, op ‘enter’ drukken en vervolgens binnen een fractie van een seconde een lijst op je scherm zien verschijnen met jouw bedrijf bovenaan. Het is de droom van veel ondernemers.

Je kunt natuurlijk lekker blijven dromen. Of geloven in de mooie woorden van je reclamemaker, die ‘precies weet’ hoe het werkt met zoekwoorden. Of toch liever vertrouwen op de webtext-tool van het gelijknamige Arnhemse bedrijf, dat is gevestigd aan het Gele Rijdersplein? In het laatste geval gingen 16.000 bedrijven u voor. Een aantal waarop directeur Kyrill Poelmans van Webtexttool zich niet blind staart.

“We werken met een abonnementen-model en willen graag meer abonneementhouders. Maar we beloven geen gouden bergen. Onze applicatie moet je zien als een goede aanvulling op de eigen webomgeving van een bedrijf.” Poelmans trekt het graag wat breder. Hij legt uit: “Mijn compagnon Marcel Leeman en ik komen uit de online marketing en sales. We hebben bij grote bedrijven gewerkt als consultant. Ons beider ervaring is dat bedrijven mooie

websites en applicaties hebben, maar dat de content het grote knelpunt is. En een mooie winkel waarin weinig is te vinden, trekt nu eenmaal geen bezoekers.”

Drie zaken komen samen, volgens Poelmans: de wensen van de ondernemer, de kwaliteit van de copywriter en het verlangen naar een hoge positie op lijsten van zoekmachines. “Die drie elementen ‘fitten’ gewoon meestal niet”, zegt Poelmans.

Zie hier de achtergrond van de oprichting van Webtexttool. Een tool ontwikkelen die websites opstuwt in de vaart der volkeren. In maart 2015 ging de eerste versie live. Het groepje testers breidde zich langzaam uit en de reacties waren positief. In augustus 2015 kwam de eerste officiële versie en eind van dat jaar alweer een vernieuwde versie. Vanaf begin 2016 werd de marketing rond het product opgetuigd en in de zomer vorig jaar kon een eerste, positieve tussenbalans worden opgemaakt.

Poelmans: “Onze conclusie was dat we investeerders nodig hadden om door te groeien en die hebben we gevonden. Zes om precies te zijn. We merken nu dat dat een bepaalde druk geeft, maar dat is niet erg. De investeerders hebben vooralsnog begrip voor het feit dat ontwikkelen tijd kost.”

Bedrijven met een abonnement hebben toegang tot een online-applicatie, waarmee de content van een website kan worden geoptimaliseerd. Tijdens het schrijven krijgen gebruikers ‘tips en trucs’, onder meer hoe je zoekmachines kunt ‘behagen’.

Poelmans: “Met de tool wordt het proces van het maken van goede content versneld en versimpeld, en je bespaart er geld mee. Je site wordt er altijd beter van en je behaalt dus altijd winst. Ook in de zin van dat je hoger komt in zoekmachines.”



STARTUP ALUCHA

Beslissend jaar

“Klopt”, reageert Hans Cool van Alucha, “we hebben nog maar weinig verdiend.

De kost gaat nu eenmaal altijd voor de baat uit. We houden ons vast aan de wereldwijde markt die voor ons opengaat als deze machine op grote schaal in staat blijkt papierslib op een succesvolle manier te recyclen.”

Eerst even een lesje recyclen, gericht op de papierindustrie. Papier en karton kan worden hergebruikt. Maar papier en karton dat een paar keer is gerecycled, krijgt een steeds kortere vezel. Na zes of zeven keer recyclen is de vezel te kort om nogmaals te worden hergebruikt. Wat je dan krijgt is papierslib, dat gedroogd in containers wordt afgevoerd. Onbruikbaar verder voor wat dan ook.

Dat moet anders, duurzamer kunnen, dachten Hans Cool en zijn businesspartner Gijs Jansen. Ze kennen elkaar

van de Technische Universiteit in Delft en deden samen een MBA in Spanje. Daar startten ze aansluitend ook een eigen bedrijf voor het recyclen van plastics.

Weer terug in Nederland doken ze in de technologie van de papierrecycling, met name papierslib. Samen met de Universiteit Twente werd onderzoek gedaan en ontstond het idee voor een nieuw soort reactor. Na het aanvragen van patent op het idee begon het echte werk.

Cool: “We willen toe naar een systeem dat de volledig reststroom van papier recyclet tot hoogwaardige, her te gebruiken grondstoffen. Een systeem waarvan iedere papierfabriek zegt: ja, dat is wat wij zoeken.”

Dat het idee van de Alucha-ondernemers veelbelovend is, kan worden afgeleid uit de bedrijven en organisaties die bij het project zijn ingestapt: het Ministerie van Economische Zaken, de provincie Gelderland, Energieonderzoek Centrum Nederland (ECN) en, waarschijnlijk de belangrijkste, SCA, een van origine Zweeds papierbedrijf, dat wereldwijd opereert. In Nederland telt die onderneming momenteel 1.400 medewerkers, wereldwijd 44.000.

Cool: “Vooral dankzij de steun van SCA hebben we ons bedrijf flink kunnen opschalen. We zitten sinds vorig jaar niet meer in het laboratorium, maar hebben hier op de Kleefsewaard in Arnhem

een eerste, grote pilotinstallatie gebouwd.

Een mobiele versie, in een zeecontainer, die 100 kilo papierslib in een uur kan verwerken. De machine is sinds vorige maand klaar. Tot de zomer draaien we nu een testprogramma op de Kleefsewaard en in een fabriek van SCA in Cuijk.”

De verwachtingen zijn hooggespannen. Het ontwikkeltraject kende tot dusver nauwelijks tegenslag en alles wijst erop dat de machine gaat doen wat hij wordt geacht te doen. Met inmiddels zes medewerkers staat Alucha voor een beslissend jaar.

Cool: “We hebben het over iets innovatiefs, iets dat nog niet bestaat. Als de installatie werkt en de papierindustrie overtuigd raakt, kunnen we grote stappen zetten. Het is heel spannend. Ook omdat het hele traject aardig in de papieren loopt. Zeker zo'n anderhalf miljoen euro is ermee gemoeid. Geld dat zal moeten worden terugverdiend.”



Arnhem, doe méér met Smart Industry!

Als creatieve broedplaats heeft Arnhem meer ontwerpers en ICT-bedrijven dan menig andere stad. Met succes, want de startups op Arnheims Buiten of Industriepark Kleefse Waard (IPKW) ontwikkelen producten die wereldwijd vermarkt worden. Denk aan Hottub of PET-fles, twee trotse voorbeelden uit de Arnhemse Canon van Innovaties. Kan Arnhem méér dan innovatieve producten ontwikkelen?

Digitale revolutie vraagt om actie

Smart Industry – verregaande digitalisering van bedrijfsprocessen – grijpt steeds sneller om ons heen. Binnen tien jaar zorgt het voor radicale veranderingen in alle sectoren. De koplopers verknopen hun systemen al digitaal via het internet met klanten en toeleveranciers. Zij passen hun businessmodel aan het Internet of Things aan en zijn bereid tot vergaande samenwerking. Driekwart van het MKB aarzelt echter en wacht af. Met het risico ingehaald te worden door de snelle ontwikkelingen. Deze achterblijvers zijn met zoveel – ook in deze regio – dat dit meer aandacht van Arnhem en OKA verdient. De stad kan er bovendien haar voordeel mee doen.

Alles in huis om Smart Industry vooruit te helpen

Creatieve industrie, specifieke lectoraten (HAN) en ruime expertise op het gebied van energie en duurzaamheid. Allemaal zaken waar dringend behoefte aan is. Het aanbod is alleen nu niet goed vindbaar voor bijvoorbeeld de Achterhoekse maakbedrijven die al volop met Smart Industryprocessen bezig zijn. Bundeling en marketing van het aanbod levert de Arnhemse dienstverleners meer industriële klanten op en levert voor de stad mogelijk profileringskansen via concrete Health- en Energyproducten.

Gelderland werkt aan de industrie van de toekomst

Gedeputeerde Michiel Scheffer wil een industriële renaissance teweeg brengen en mee investeren in een industrie die zorgt voor duurzame groei en banen. Via sociale innovatieprojecten, waardoor digitaliserende bedrijven nieuwe banen kunnen creëren. Maar vooral ook via proeffabrieken. Dit zijn hypermoderne productiefaciliteiten, waarin bedrijven gezamenlijk experimenteren met slim, schoon en flexibel produceren. Naar voorbeeld van de 3D-printfaciliteit bij Kaak in Terborg. Hoe mooi zou het zijn als Arnhem een eigen Smart Industries proeffabriek zou krijgen? Bijvoorbeeld in de opgeknapte binnenstad? Waarom niet?

Joost Bouman, RCT Gelderland, helpt u graag op weg
(joost@RCTgelderland.nl)

Dominique Binkhorst
projectleider Smart Industries,
Provincie Gelderland
d.binkhorst@gelderland.nl





rijnijssel

Training & Opleiding

Partner in scholing voor uw medewerkers en een betrouwbare specialist in maatwerk!

Door goede scholing blijven uw medewerkers langer en beter inzetbaar. Expertise hiervoor vindt u bij Rijn IJssel.

De overheid stimuleert een leven lang leren ook op de werkvloer. Rijn IJssel en het Leerwerkloket Midden-Gelderland werken hierin nauw samen.

Wij voorzien u graag van alle informatie over ons trainingsaanbod en informatie die u nodig heeft over de taaltrainingen, Participatiewet, het doelgroepenregister en de verschillende subsidiestromen.

Voor meer informatie

026 3537260

training-opleiding@rijnijssel.nl

www.rijnijssel.nl/contractactiviteiten



Open je toekomst

De arbeidsmarkt van de toekomst

60% van de meest uitgeoefende banen over 10 jaar is nu nog onbekend. We leven in een vierde industriële revolutie en de komende jaren zal de toenemende technologisering zorgen voor het verdwijnen van een aantal beroepen, maar zeker ook voor het ontstaan van nieuwe beroepen. We staan niet op eens allemaal aan de kant te kijken hoe robots ons werk doen, maar de inhoud van ons werk zal zeker veranderen. We hebben andere competenties nodig om ons werk te blijven doen. Door het verhogen van de pensioenleeftijd zijn we maar liefst 55 jaar actief op een sterk veranderende arbeidsmarkt. Dit vraagt om continue verandering. Helaas worden nog elke dag jonge mensen opgeleid voor functies waar weinig tot geen toekomst in zit.

TEKST: ANNE-MARIJE BUCKENS

Hoe beginnen we vandaag aan de arbeidsmarkt van de toekomst?

Het versoepelen van het ontslag en het aanpassen van de Wet Werk en Zekerheid zouden welkome ontwikkelingen zijn. Een wens die u misschien niet verwacht van iemand die dagelijks met werkzoekenden te maken heeft. Maar ik verwacht dat werkgevers juist makkelijker mensen zullen aannemen, als zij weten dat zij ook weer afscheid kunnen nemen indien noodzakelijk. Een werkgever wil goede medewerkers niet kwijt, ik verwacht geen massaontslagen. Maar de rust die het brengt, zal deuren openen voor werkzoekenden, de angst op de nu redelijk krampachtige arbeidsmarkt doen afnemen en de creatieve arbeidsovereenkomsten doen verdwijnen. Alle hoop is gevestigd op het nieuwe kabinet.

Hoop is ook gevestigd op ontwikkelingen in het werving- en selectiebeleid van werkgevers. Een zeer ervaren werkzoekende, met meer dan 15 jaar ervaring in een beroep, zou niet afgewezen mogen worden omdat een certificaat ontbreekt, terwijl de kennis en ervaring driedubbel aanwezig is.

Loopbaanhiaten

Die ervaren werkzoekende had dat certificaat moeten behalen, denkt u misschien. Mee eens, maar als we dag in, dag uit hard aan het werk zijn, denken we hier niet altijd aan. Loopbaanhiaten komen vaak pas aan het licht als het aan de late kant is, als we uit moeten zien naar een nieuwe baan.

Ik pleit daarom voor de Loopbaan-APK. Een gesprek met een adviseur die u kan vertellen welke ontwikkelingen u kunt verwachten in uw vakgebied en wat u moet doen om up-to-date te blijven. Een soort van, wat te doen tot aan mijn pensioen? Hoewel pensioen... dat is natuurlijk ook niet echt meer de arbeidsmarkt van de toekomst.

Nieuwe college

U haalt als ondernemer de beste mensen in uw organisatie als u competentiegericht werft. Het zou niet mogen gaan over leeftijd, naam of een 'krasje of deukje', maar over de toegevoegde waarde die iemand levert voor uw organisatie. Een inclusieve arbeidsmarkt, wat zouden we daar allemaal beter van worden. Niet eentje op papier

of als de zoveelste HR-modeterm, maar echt, in de praktijk, bij de Arnhemse ondernemers. Vanuit mijn portefeuille Arbeidsmarkt in het OKA-bestuur zal ik het nieuwe Arnhemse college gevraagd en ongevraagd inspireren en aanzetten tot een meer inclusieve Arnhemse arbeidsmarkt in 2020. Er is nog zoveel moois te bereiken, als we buiten de gebaande paden denken. Dit kan uiteraard niet zonder u, de Arnhemse ondernemer.

Ook zelf aan de bak

Over competenties gesproken... die zullen we allemaal gedurende onze loopbaan steeds meer en anders moeten ontwikkelen. Een baan voor het leven hadden we al een tijdje niet meer, maar misschien dus ook geen beroep voor het leven meer. Bent u over 10 jaar nog actief op de arbeidsmarkt? In de wetenschap dat tegen die tijd de meest uitgeoefende banen van inhoud veranderd zullen zijn, betekent dat we aan de bak moeten. Investeren in het ontwikkelen van toekomstbestendige competenties, voor onszelf en onze medewerkers.

Hoe de arbeidsmarkt van de toekomst er exact uit ziet? U zegt het.

Knappe koppen en handige handen blijven voorlopig echt wel nodig. En ook het schrikbeeld van het uitsterven van het vaste contract, blijkt loos alarm (volgens een onderzoek van de Universiteit van Amsterdam). Het is allemaal slechts heel hard in beweging en dat vraagt een nieuw en vooral flexibel elan.

Er is één constante, en dat is verandering. ●

In house bijeenkomsten bij OKA-leden

Dit jaar wordt er een aantal in house bijeenkomsten gehouden bij OKA-leden die op die manier hun bedrijf kunnen openstellen voor de andere leden.

Op de even maanden is er nu een in house, op de oneven maanden is er de vertrouwde

bijeenkomst in Le Jardin op de Velperweg. Het idee is overgenomen van het initiatief van Anke Pollmann die dit al met de afdeling YOKA aan het opzetten was. In februari was de eerste in house bij 50 Company, het bedrijf van Anne-Marije Buckens. In april zijn we te

gast in het datacenter van Walter Jansen die zijn bedrijf BIT in Ede voor ons openstelt. In juni zitten we bij Jan-Willem van Dalen, de eigenaar van Gebruiktebus.com in Huissen. Zie voor de rest van het jaar de agenda op de website.

DE NIEUWE ALFA ROMEO STELVIO. NU IN DE SHOWROOM BIJ KIEN.



DE EERSTE COMPROMISLOZE SUV

De introductie van de eerste SUV van Alfa Romeo is een legendarisch moment. Net zo legendarisch als de bergpas waarnaar hij is genoemd: Stelvio. Alfa Romeo's iconische kijk op design heeft de creatie mogelijk gemaakt van een compromisloze SUV. Met de ruimte en het comfort van een auto van dat formaat, en het rijgenot en de prestaties die alleen een echte Alfa Romeo kan bieden. Een onvergelijkbaar mooi interieur, hoogstaande innovatie en een ongeëvenaarde rijervaring. Hij staat nu voor u klaar in onze showroom.

Kien
driven by you.

www.kien.nl

Kien Arnhem B.V.

Markweg 2, VELP
Telefoon 026-369 00 00

Kien Nijmegen B.V.

(servicdealer)
Microweg 49, NIJMEGEN
Telefoon 024-751 11 11

Kien Veenendaal B.V.

(servicdealer)
Galileistraat 20, VEENENDAAL
Telefoon 0318-41 34 42

STELVIO

De verbruikscijfers zijn gebaseerd op de officiële Europese testmethode. Het daadwerkelijke verbruik hangt mede af van de omstandigheden en uw rijgedrag. Kijk voor de verkoopvoorwaarden op alfaromeo.nl/verkoopvoorwaarden.

Gem. brandstofverbruik: 4,8 - 7,0 l/100 km (1 op 14,3 - 20,8). CO₂: 127 - 161 g/km.

FCA CAPITAL
Nederland

La meccanica delle emozioni



Ondernemer LIVE staat stevig in de steigers

Dit jaar zal het bedrijfsevenement Ondernemer LIVE groter worden dan afgelopen jaar. Het wordt een tweedaags evenement op donderdag 22 en vrijdag 23 juni en het zal worden gehouden in de Melkfabriek op het voormalige Coberco-terrein.

De Melkfabriek wordt op dit moment getransformeerd als permanente evenementenlocatie en Ondernemer LIVE zal er, samen met het Fashion Design Festival Arnhem, als een der eersten gebruik van maken.

Toni Iniguez, die de projectgroep LIVE voorzigt: "De industriële uitstraling van de Melkfabriek past perfect bij Ondernemer LIVE. We gaan een interactief programma

opzetten waarbij voor elke doelgroep plaats is."

Ondernemer LIVE focust op de drie doelgroepen startups / studenten, ondernemers en organisaties en daaromheen wordt er een aantal kleinere side events met workshops en lezingen gehouden. Toni: "Natuurlijk hebben we weer de verkiezing van de Arnhemse ondernemer van het jaar, evenals die van de beste startup. Samen met de HAN organiseren we de verkiezing van het beste stagebedrijf van het jaar, en in samenwerking met de gemeente Arnhem en de Arnhemse Uitdaging wordt het Arnhemse Compliment uitgereikt."

Meer op www.ondernemerlive.nl

Vitale binnenstad

TEKST: HANS-ROBERT VAN DER DOE

Voor een vitale binnenstad is een goede bereikbaarheid en een voldoende makkelijk parkeren van belang. Makkelijk wil zeggen dichtbij het kernwinkelgebied en bij voorkeur op maaiveld. Ook kort parkeren hoort bij makkelijk parkeren en vooral bij de gastvrije stad. Het zijn zaken die OKA als deelnemer in het Platform Binnenstad Arnhem (PBA) heeft genoemd in het pamflet parkeren en bereikbaarheid die medio 2016 aan burgemeester en wethouders is aangeboden.

Helaas komt er geen rechtstreekse reactie op het pamflet maar zullen de wensen van de ondernemers worden meegenomen in de visie parkeren en bereikbaarheid die begin mei van dit jaar aan de raad zal worden voorgelegd. De vrees bestaat dat er weer minder aandacht is voor parkeren; afgelopen jaar zijn na circa 200 parkeerplaatsen verdwenen door de

verplaatsing van de markt.

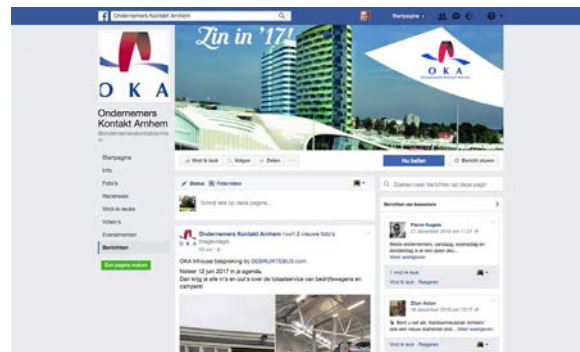
Zullen de plannen met de blauwe golven ook minder parkeren betekenen? OKA en PBA willen meer ruimte voor fietsers, letterlijk. Door het 'fietsers te gast'-principe kunnen fietsers prima fietsen in straten als de Koningstraat en de Weverstraat. Het past ook bij de door iedereen gewenste compacte binnenstad. Verder moeten er meer en kleinere gelegenheden komen waar fietsers kunnen parkeren.

Er zijn voldoende positieve ontwikkelingen in de binnenstad gaande zoals het openleggen van de Jansbeek, de plannen op het Kerkplein, het Bartokkwartier. Ook zijn de bezoekers van de stad volgens de binnenstadsmonitor steeds tevredener, echter op gebied van parkeren en bereikbaarheid is verbetering gewenst. OKA wil graag haar bijdrage aan leveren aan het verbeteren van bereikbaarheid en parkeren.

Nieuwe leden

Het ledental van OKA groeit! Sinds het begin van dit jaar is het ledenbestand van OKA in de eerste twee maanden uitgebreid met de volgende ondernemers:

Marnix Scholten van Nedergie
Frank Delsink van The Rolling Office
Louis Pouwels van Luminis
Sammy Jo Hübner van InnStijl
Ine Scheltinga van MIS-Finance
Arjan van Oosten van Grant Thornton Accountants en Adviseurs B.V.
Martine Grol van Made by Media
Kees Bouwhof van Villa Sonsbeek
Rob van der Ven van HeartHealth
Sjoerd Reijnen van Infocaster
Marion van Hoof van Nextturn
Edwin Hardeman van SAB
Bart Molenaar van Molenaar en Van Riel advocaten
Mehmet Ak van Ak Solution
Guido Zandbergen van KB-IT
Wouter Gerritsen van NL Investeert
Jurgen Theunissen van Jurgen Theunissen Uitvaartzorg
Tineke Schinkel van Matter of Talent
Rick van de Sar van Fitlife Coach
Valentine Versteegen van Mac-4All
Diana Futselaar van Makro Kerstpakketten
Pierre Kegels van The Work Station



Op onze Facebookpagina (<https://www.facebook.com/ondernemerskontaktarnhem/>) staat of verschijnt binnenkort een interview met hen, dat daarna ook op onze website wordt geplaatst onder http://www.oka.nl/news/leden_nieuws

Contributie: voor ondernemers die voor het eerst lid worden (of in ieder geval niet de laatste drie jaar al lid zijn geweest), wordt er het eerste jaar een korting van 50% op de contributie gegeven. De tarieven van de contributie en de mogelijkheid tot aanmelden staan op de website.

Innoveren kent geen standaardpak

Innoveren, we hebben er als ondernemers de mond van vol en willen het allemaal graag. Met nieuwe of vernieuwde producten of diensten vergroot je je afzetmarkt en dat is voor velen een doel op zich. Wat ademen is voor mensen, is innoveren voor een bedrijf. Maar innoveren kent geen standaardpak. Dat blijkt uit de bedrijven waarop we op deze pagina's inzoomen: Universal IT en #hekje. Universal IT is een echte internetpionier. Een bedrijf dat al meer dan twintig jaar aan de top staat en zich vandaag de dag vooral toelegt op cloudservices. #hekje maakt videoproducties. Doel voor dit jaar is het 'op orde brengen' van de story telling.



Universal IT: altijd een stap vooruit

Of het niet vermoeiend is, altijd maar innoveren, luidt de vraag aan directeur **Alex van de Stam** van **Universal IT**. Hij moet lachen. "Als het werk puur werk zou zijn, dan wel. Maar wij vinden wat we doen toevallig heel leuk. Dan ben je ook bereid vrije tijd te steken in het doorontwikkelen van jezelf en daarmee het doorontwikkelen van je bedrijf."

Van de Stam (47) houdt het 'denken in vernieuwingen' al een kleine 25 jaar vol. In 1994 was hij één van de eerste afgestudeerden van de richting ICA (Informatie en Communicatie Academie) van wat nu de Hogeschool Arnhem-Nijmegen is. Het waren de beginjaren van internet, een ontwikkeling die de wereld zou veranderen. "Het was fascinerend. Mensen van mijn leeftijd en ouder zullen het zich ongetwijfeld nog herinneren. Je had een modem en daar kon je op inbellen. Eenmaal online was je verbonden met de hele wereld."

Hij richtte zijn eigen bedrijf op en vestigde zich in Elst. Een strategische keuze, want vanuit dat dorp konden zowel bedrijven uit Arnhem als Nijmegen voor lokaal tarief inbellen. De zaken gingen voortvarend, totdat gratis internetproviders zich op de markt meldden. Bedrijven met een verdienmodel dat was gebaseerd op advertentie-inkomsten.

Universal IT, tegenwoordig gevestigd in het WTC in Arnhem, bleek niet voor één gat gevangen. Er volgde een omslag naar het hosten van sites en databases. Van daaruit ontwikkelde het bedrijf zich verder tot wat het nu is: een ICT-bedrijf dat clouddiensten aanbiedt aan grote en kleine bedrijven (veel MKB'ers ook) over de hele wereld. Een stok achter de deur is een partnership

met Microsoft, dat ICT-bedrijven waarmee wordt samengewerkt verplicht certificaten te halen voor ieder nieuw softwareprogramma.

Van de Stam: "Ons streven is voorop te blijven lopen en dat lukt heel aardig. We werken met datacentra in Arnhem en Ede, zijn sterk geautomatiseerd en heel lean and mean. We werken bijvoorbeeld volledig papierloos. Bij ons vind je geen archiefkasten. Alles zit in de cloud en we werken alleen met pc's en laptops. Ook telefoneren doen we daarmee."

De gedachte gaat als vanzelf naar het item veiligheid. Hoe zeker ben je dat er met jouw data niets gebeurt, in een tijd dat je maar één keer verkeerd hoeft te klikken en al je bestanden zijn beschadigd? De criminelen die erachter zitten, eisen vervolgens een flinke som geld (vaak in bitcoins) om de versleuteling te herstellen. Van de Stam: "Die veiligheid is steeds meer een item aan het worden. Terecht ook. Je kunt enorm in de problemen komen door ransomware. Zeker als je geen goed back up-systeem hebt. Wij gaan heel ver als het gaat om beveiliging en je ziet ook dat het een reden is voor bedrijven om voor ons te kiezen."

Een korte blik in de toekomst tot slot. Van de Stam: "Alles zal steeds meer geïntegreerd en gesynchroniseerd worden. Dan heb je het over embedded systems en het internet of things. Nu nog abracadabra voor veel mensen, maar het is de toekomst. En dus verdiepen wij ons er al in."

Innoveren kent geen standaardaanpak



TEKST: DAAN APPELS | FOTOGRAFIE: JACQUES KOK

#hekje: niet op de automatische piloot

De mens is visueel ingesteld. U heeft vast eerst gekeken naar de foto's op deze pagina's en nu pas krijgt deze tekst uw aandacht. De aantrekkingskracht van bewegend beeld is nog groter. Zet een televisie aan in gezelschap en ongemerkt zal de blik van vrijwel iedereen naar het scherm gaan.

#hekje maakt videoproducties. Bewegend beeld. Sinds de oprichting in 2009 zijn tientallen (bedrijfs)films en videoclips gemaakt, en het bedrijf werkt regelmatig mee aan de totstandkoming van bioscoopfilms. Producties waar oprichter en directeur **Patrick Davelaar** (38) trots op is.

Maar er wringt iets na al die jaren. Zijn we niet te veel de kant van de 'mooie plaatjes' opgegaan? Davelaar is eerlijk: "Ja dus, wij vinden van wel." Daarom is het doel voor dit jaar bijgesteld. #hekje wil, zoals Davelaar het noemt, "de storytelling op orde brengen."

Wat is het probleem?

Davelaar: "Onze klanten zijn blij met de producties die we afleveren. Toch blijkt dat het bereik soms tegenvalt. Anders gezegd: de films worden niet goed genoeg bekeken. Daar gaan we wat aan doen. We willen onze opdrachtgevers er meer van overtuigen dat het niet zo interessant is wat hij en zijn vrouw van een video vinden, maar dat het belangrijk is wat zijn klant ervan vindt. Dat klinkt logisch, maar in de praktijk wordt er vaak niet naar die logica gehandeld."

Het is niet het enige dat #hekje dit jaar wil realiseren. In het algemeen gesproken gaat kritischer worden gekeken naar wat

het doel is van een productie en hoe de doelgroep het best kan worden bereikt. Woorden die steeds terugkomen als Davelaar vertelt, zijn 'kort' en 'kernachtig'.

"In deze tijd moet je niet meer aankomen met producties die eerst wat vertellen over de geschiedenis van een bedrijf, dan over het product, vervolgens over waar het bedrijf goed in is, en aan het eind ook nog een tevreden klant aan het woord laten. Dan krijg je een film van een paar minuten waar geen hond naar kijkt. Je houdt de aandacht gewoon niet zo lang vast. Wij gaan onze opdrachtgevers ervan overtuigen dat het veel beter is een korte, heldere boodschap neer te zetten."

Kort is in de ogen van Davelaar ook echt kort. Zeker filmpjes voor social media mogen niet langer zijn dan 15 tot 20 seconden, met een uitloop, als het heel interessant is, naar 30 seconden. "Het zit hem niet in de lengte. Zaak is om snel tot de kern te komen. Doe je dat niet, dan ben je het overgrote deel van je kijkers al kwijt. Ga jezelf maar na. Wie kijkt er regelmatig naar een filmpje van meer dan een minuut?"

Hij pretendeert niet met innovatie bezig te zijn. Wel met ontwikkeling. Meegaan met de tijd en aanpassingen doen die in die tijd passen. Niet ondernemen op de automatische piloot. "Succes zit ook in andere dingen. Een bedrijf zijn dat afspraken nakomt bijvoorbeeld en waar mensen gewoon aardig zijn. En professioneel. Wij werken met eigen camera's en eigen cameramensen, maar als we opnamen nodig hebben vanuit een drone, gaan we niet zelf lopen klooiën. Dan huren we iemand in die dat op een professionele manier kan."

SMAAKVOL VERRUKKELIJK ONWEERSTAANBAAR VERWENNERIJ VERGADEREN+



VERGADEREN MET GLITTER EN GLAMOUR? NOU EN OF!

Vergaderen in GelreDome betekent vertoeven in de ambiance van sterren, toppers en beroemde VIP's. Met de service en de aandacht die daarbij horen. Onze zalen richten we net zo gemakkelijk in voor een intieme vergadering of receptie als voor een grootscheeps congres of personeelsfeest. In alle gevallen voorzien van state-of-the-art vergaderfaciliteiten. Meer weten? Bel 026 - 880 70 45 of kijk op www.GelreDome.nl.

GELREDOME Het grootste theater van Nederland

HET GROOTSTE
THEATER
VAN NEDERLAND
GELREDOME



Arnhemse ondernemers betrokken bij fietscongres VELO-CITY 2017



Ruim 1.500 bezoekers uit de hele wereld komen van 13 tot en met 16 juni naar het internationale fietscongres Velo-city van de European Cyclists Federation in Arnhem en Nijmegen. Met onder meer het nieuwe Rijn-Waal snelfietspad tussen deze twee steden vormt de regio een voorbeeld voor deskundigen op het gebied van fietsinfrastructuur en fietscultuur. Arnhem verwelkomt de bezoekers op 13 juni in het Nederlands Openluchtmuseum en viert op 16 juni samen met iedereen die dat leuk vindt een fietsfeest in Park Sonsbeek.

TEKST: FRANCIEN VAN ZETTEN

Zo'n klein landje met 17 miljoen mensen en 18 miljoen bruikbare fietsen. Daarmee kent Nederland met 1,3 fiets per persoon van vier jaar en ouder de hoogste fietsdichtheid, ter wereld, constateert de Fietsersbond. Tel daar de 35.000 kilometer fietspaden in ons land bij op en het is duidelijk waarom het internationale fietscongres Velo-city 2017 van 13 tot en met 16 juni in Nederland is neergestreken.

“De regio Arnhem Nijmegen vormt met zijn ruim 700.000 inwoners en twee middelgrote steden een voorbeeldregio als het gaat om fietsvoorzieningen”, zegt Reinoud van Assendelft de Coningh, directeur van Velo-city 2017. “Denk aan de nieuwe Rijn-Waal snelfietsroute en ook aan de vele toeristische fietsroutes en voorzieningen.”

The Freedom of Cycling is dit jaar het thema van de conferentie die vorig jaar in Taipei (Taiwan) werd gehouden en volgend

de ONDERNEMER

Deel uw kennis in uw eigen dagblad

De Ondernemer verzorgt wekelijks een hele pagina vol kennis en inspiratie voor ondernemers in uw dagblad. Via deze unieke mogelijkheid kunt u zich presenteren als specialist op bepaalde thema's.



Bereik 357.000

Hoe?

Op deze pagina verschijnt uw informatie in de vorm van een interview of een expertcolumn. Een van onze journalisten neemt contact met u op en schrijft het artikel, waarna het wordt geplaatst op de pagina van De Ondernemer in het dagblad en op deondernemer.nl. Bovendien delen we het artikel via social media. Dus: goede inhoud en een groot en kwalitatief bereik!

Ter introductie hebben we voor u een supervoordelig mediapakket samengesteld.

Interview

Het interview wordt afgenomen met een ondernemer, een klant van u. Hij deelt zijn praktijkervaringen over het desbetreffende thema met de lezer. Uw bedrijf is afzender van dit artikel waardoor de inhoud direct afstraalt op u als specialist. Het interview wordt telefonisch afgenomen door een journalist en onze fotograaf komt langs om de ondernemer te portretteren.

Regulier tarief € 9.204,-
Speciaal tarief € 3.792,-

Dit tarief is inclusief doorplaatsing op deondernemer.nl en verspreiding via onze socialmediakanalen.

Expertcolumn

Samen met onze journalist schrijft u een expertcolumn over het thema. U (of één van uw gespecialiseerde medewerkers) verschijnt op de krantenpagina als columnist. Ook deze column komt telefonisch tot stand. U levert zelf een geschikte foto aan.

Regulier tarief € 5.971,-
Speciaal tarief € 2.438,-

Dit tarief is inclusief doorplaatsing op deondernemer.nl en verspreiding via onze socialmediakanalen.



Doorplaatsing online

Zowel de expertcolumn als het interview worden doorgeplaatst op deondernemer.nl en op de Facebook-pagina. Daarnaast versturen wij een tweet naar de volgers van De Ondernemer.



Themakalender

Het interview en de expertcolumn hebben betrekking op het thema dat die week wordt belicht. Zie onderstaand de thema's die we de komende tijd behandelen.

Datum	Thema	Thema beschrijving
4 april	Kracht van het familiebedrijf	Wat kunt u leren van hoe familiebedrijven ondernemen?
11 april	Online ondernemen	Hoe genereert u nieuwe omzet door online te ondernemen?
18 april	Ondernemersvaardigheden	Hoe kunt u als ondernemer meer uit uzelf en uw mensen halen?
28 april	Alternatief financieren	Welke alternatieven zijn er om uw plannen gefinancierd te krijgen?
2 mei	Bedrijfshuisvesting	Wat zijn de trends als het gaat om bedrijfshuisvesting?
9 mei	Ondernemen in de cloud	Hoe makkelijk is het als u overal, altijd en veilig bij al uw bestanden kunt?
16 mei	Klanten vinden	Wat zijn de trends op het gebied van slimme marketing?
23 mei	Internationaal ondernemen	Waar liggen voor het mkb de grootste kansen?
30 mei	Rendement verbeteren	Wat kunt u als ondernemer doen om snel uw rendement te verbeteren?
6 juni	Leiderschap en coaching	Hoe kunt u als ondernemer meer rendement uit uw medewerkers halen?

Voor uitgebreide informatie neemt u contact op met:

Marloes Wagemans

T: 0651-573511

E: marloes.wagemans@persgroep.nl

Jasper Sutmuller

T: 088-0133912

E: jasper.sutmuller@persgroep.nl

Cees van Doornik

T: 0655-854966

E: cees.van.doornik@persgroep.nl

Thema

jaar in Lissabon. Fietsen gaat over vervoer en sport, maar ook over gezond oud worden, mobiliteit en duurzaamheid, denk aan schone steden. Vandaar dat stadbestuurders, ontwerpers, onderzoekers en ondernemers overal ter wereld hadden over betere fietsvoorzieningen, fietsinnovaties en fietsveiligheid. Van Japan en China tot de Verenigde Staten en Europa, overal rukt de (elektrische) fiets op, vooral in steden.

Excursies in de regio

De congresgangers worden niet alleen ondergebracht in één van de vele hotels in de regio Arnhem Nijmegen, ze gaan de streek ook 'ontdekken'. Er zijn excursies naar Sportcentrum Papendal, het station Arnhem Centraal, de Gazellefabriek in Dieren en Nationaal Park De Hoge Veluwe en het Kröller Müller Museum. Na de openingsdag op dinsdag 13 juni met de welcome-receptie in het Nederlands Openluchtmuseum in Arnhem, is er op woensdag 15 juni een excursiedag naar Amsterdam. De conferentie speelt zich in Nijmegen af, net als de Maas Bike Parade op 15 juni. Het closing festival is vanaf vrijdagmiddag 16 juni in het Arnhemse Park Sonsbeek.

Studio Halfvol in Arnhem is in opdracht van Velo-city een cultureel programma aan het ontwikkelen. "Er komt een groot evenement op het Rijn-Waal snelfietspad bestaande uit kleine doe-evenementen met fietsclinics, een fietsorkest en een rari-

"De fiets is een lifestyleproduct geworden met een scala aan subculturen"

Fietsweetjes

- Met 18 miljoen bruikbare fietsen kent Nederland de hoogste fietsdichtheid ter wereld, meldt de Fietsersbond op zijn website. Uitgaande van circa 13,5 miljoen inwoners van vier jaar of ouder, is dat gemiddeld 1,3 per persoon. Duitsland en Denemarken komen op 0,8 fiets per persoon uit, Noorwegen en Zweden op 0,7 en Japan op 0,6 fiets per persoon.
- De Nederlander fietst gemiddeld 3 kilometer per dag, zo'n 1.000 kilometer per jaar (CBS, juli 2015).
- Nederland telt in totaal 2.655 fietswinkels, dat is 16 fietswinkels per 100.000 inwoners (CBS, juli 2015).
- Nederlanders betalen gemiddeld 800 euro voor de aankoop van een fiets (CBS, juli 2015).
- In 2015 was 21 procent van de verkochte fietsen een elektrische fiets. In 2008 was dat nog 10 procent (CBS, juli 2015)
- Nederland telt 35.000 kilometer fietspad (CBS, juli 2015).
- 25 procent van de reizen per fiets gaat naar het werk (CBS, juli 2015)

Innovatie

teitenkabinet"; zegt producent Thijs Groenewegen van Studio Halfvol. "Op het slotfestival in Park Sonsbeek willen we inwoners van de regio kennis laten maken met thema's als fietsen en duurzaamheid, mobiliteit en gezondheid. Natuurlijk is er die dag ook muziek en theater en kun je er lekker eten en drinken." Studio Halfvol organiseert eveneens de kick-off van Velo-city op 13 juni in het Nederlands Openluchtmuseum voor de bezoekers van de conferentie.

Lifestyle

Marko van der Vegt en Hans Schreuder zijn in Arnhem betrokken bij het stadsprogramma rond Velo-city. Er komt onder meer een fietsfilmprogramma in Focus Filmtheater en in Arnhem en filmhuis Lux in Nijmegen. En er wordt aangehaakt bij het Fashion & Design Festival Arnhem (FDFA) dat in juni in Arnhem wordt gehouden. "Denk aan het design van fietsen", zegt Van der Vegt. "De fiets is een lifestyleproduct geworden met subculturen rond racefietsen, bakfietsen, vintage-fietsen en courier bikes."

De bedoeling is ook samen met wijk- en buurtverenigingen fietsfeesten te houden bijvoorbeeld in de vorm van een wijk-fietsfeest samen met de fietsenzaak in de wijk. Jasper Meijerink van Cycle-nation in de Steenstraat heeft daar wel oren naar. "The Freedom of Cycling is een mooi thema. Je zou workshops kunnen geven en informatie over fietsvakanties. Een bakfietsrace door de stad zou natuurlijk een leuke stunt zijn."

Meer info: www.velo-city2017.com



Innoveren in businessmodellen

KuiperArnhem Bouw en Ontwikkeling viert dit jaar het 115-jarig bestaan. Een gerespecteerd oud Arnhemse familiebedrijf, maar ondanks de traditionele branche zeer innovatief en vooruitstrevend. “Wij focussen op het innoveren van businessmodellen”, zegt algemeen directeur Bob Winters.

TEKST: FRANK THOOFT | FOTO'S: JAN ADELAAR

Niet zozeer op techniek dus, maar vooral op een businessmodel dat de techniek en technologische ontwikkeling optimaliseert, anticiperend op de toekomst. Een van de meest bekende innovatieve modellen is het succesvolle Samen Aangenaam Ouder Worden (SAOW), dat KuiperArnhem de laatste jaren samen met enkele andere bedrijven heeft ontwikkeld.

Trendwatchers

Winters heeft begin dit jaar zijn vader opgevolgd, maar werkt al sinds 2008 in het bedrijf. De toekomst heeft hem altijd al geïntrigeerd. Hij volgt op actieve wijze toonaangevende trendwatchers en verdiept zich intensief in disruptieve ontwikkelingen. Een recent aantal deeltijdstudies aan de TIAS Business School for Business and Society versterkte zijn focus op de toekomst, net als de recente bijna schokkende documentaire Before the Flood,

om maar enkele invloeden te noemen. De verschillen in perceptie van teenagers (die vooral willen gebruiken) en twintigers (die vooral willen hebben) intrigeert hem dan ook eindelijk. “Daar zou je je businessmodel ook op moeten afstemmen”, zegt hij.

“Jonge honden en ervaren rotten halen het beste in elkaar omhoog”

Kennisdelen

Voor dit jaar heeft Winters dan ook geen traditioneel businessplan geschreven, maar een toekomstvisie die zich concentreert op de twee segmenten waar KuiperArnhem sterk in is: zorg en wonen. Kennisdelen, eerst intern maar op termijn met een bibliotheek ook voor de buitenwacht, vormt daarbij het fundament onder de nieuwe visie. “We staan aan het begin van een technologische revolutie waarbij de komende tien jaar de technologische ontwikkeling harder gaat groeien dan de maatschappelijke ontwikkeling. De kunst is om daar verbindingen mee te blijven vormen.”



Harder lopen

Om het bedrijf ook de beweging mee te geven die hiervoor vereist is, wordt de organisatie verder geoptimaliseerd. Hij geeft een voorbeeld. “Vroeger formeerden we een projectteam met de beste specialisten; nu vormen we een projectteam met de beste specialisten met de beste attitude. Jonge honden en ervaren rotten (de gemiddelde leeftijd bij KuiperArnhem is 42, red), die het beste in elkaar omhoog halen. In je eentje kun je wellicht harder lopen; maar samen bereik je meer, is ons adagium.”

Co-makership

Een verdere aanscherping van interne opleidingen, betere klantcommunicatie en meer co-makership completeren de toekomstvisie, die in feite al met het SAOW-concept een kick-off heeft gekregen. Momenteel zijn er al op 8 locaties in heel Nederland bouwactiviteiten die pakweg 600 toekomstgerichte seniorenop-



partementen opleveren. De planning is om dat aantal eind dit jaar tot 1500 verhoogd te hebben.

SAOW

Het Samen Aangenaam Ouder Worden-concept omvat ruime seniorenappartementen die met behulp van zeer geavanceerde (IT)-technologie gemak, veiligheid en comfort verhogen. Hierdoor kunnen partners als een van beiden zorgbehoevend begint te worden, toch bij elkaar blijven wonen, wat in traditionele behuizingen vaak niet of zeer lastig mogelijk is.

Concept

Hans en Bob Winters bedachten het SAOW-concept al tijdens de kredietcrisis omdat ze voorzagen dat een vergrijzing van de bevolking een aanhoudende groei zou inhouden, en dat de zorg ook steeds meer aandacht zou vragen. “Je ziet nu ook dat pa-

tiënten steeds korter in ziekenhuizen verblijven, en dat de nazorg verschuift naar zorghotels of gezondheidscentra waar ze van de specialist in een soort ‘flexplek’ nazorg kunnen krijgen”, illustreert Winters. “Ook dat vergt een andere visie op bouwen.”

Transformatie

Ook op het gebied van transformatie van bestaande bouw gaat KuiperArnhem innovatief en toekomstgericht te werk. “Als we een kantoorgebouw omkatten naar woonunits van 40 vierkante meter, bijvoorbeeld voor studenten of eenpersoonshuishoudens, houden we nú al rekening met een toekomstige verandering naar appartementen van 80 vierkante meter. Tussenwanden zijn niet-dragend en sanitaire units maken we demontabel zodat je betrekkelijk eenvoudig weer kunt opschalen.”

In je eentje kun je wellicht harder lopen; maar samen bereik je meer

What's next?

Laat u net als ING Private Banking inspireren door die vraag!



What's next 2017 Special

What's next? is misschien wel de belangrijkste vraag die succesvolle, ondernemende mensen zich regelmatig stellen. Wie zich deze vraag stelt, ontdekt immers onconventionele oplossingen. Komt écht vooruit. Ook ING Private Banking kijkt dagelijks naar wat anders en beter kan. Wordt u net als wij geïnspireerd door *what's next?* Vraag dan onze exclusieve **What's next 2017 Special** aan vol toekomstige innovaties, verrassende visies en boeiende interviews met ondernemende mensen die anders naar de wereld kijken.

Kijk op ing.nl/whatsnext

Maak kennis met ING Private Banking

Wilt u kennismaken met een private bank die er alles aan doet om haar klanten voorop te laten lopen? Voor een goed gesprek over uw toekomst, over uw persoonlijke, zakelijke en maatschappelijke ambities kunt u altijd terecht bij een van onze Private Bankers. Om samen te kijken of uw dromen haalbare doelen kunnen zijn. *What's next...?*

Wilt u samen met mij een blik op uw toekomst werpen?

Neemt u dan gerust contact op:



Ellen Steentjes
Private Banker Arnhem-Nijmegen
Mobiel: 06 30 61 77 34
E-mail: ellen.steentjes@ing.nl

ING 
Private Banking

De laatste Volkswagen Golf GTE met 15% bijtelling. Wie wil daar nou niet in zitten?

De GTI onder de plug-in hybrids. Met 204 pk én 15 bijtelling. Als Connected Series extra rijk uitgerust en helemaal connected, met o.a. navigatie, led-achterlichten, 17-inch lichtmetalen velgen en de Mijn Volkswagen app.

- › Standaard DSG-automaat
- › Vanaf €194* netto bijtelling per maand
- › Nu met **GRATIS** lederen interieur t.w.v. €1.995,-

Wilt u nog profiteren van (bijna) 5 jaar 15% bijtelling?
Bekijk dan snel onze voorraad op zijm.nl/golfgte15



OP
=
OP

*Netto bijtelling per maand is gebaseerd op 40,8% inkomstenbelasting

Zijm
Marga Klompélaan 26, 6836BH Arnhem
Ratio 22, 6921RW Duiven
Nijverheidsstraat 1, 6851EJ Huissen



In deze rubriek volgt onze reporter, Dick Leseman, de ochtenduren van een directeur of bestuurder. Deze ochtend is van Christiaan Holland, zelfstandige onder de noemer Hub Holland BV, maar voor deze rubriek is hij vooral organisator van Innovate 2017. Hoe ontbijt hij, welke mensen ontmoet hij, wat is zijn werkplek?



Arnhem, thuis Een broodje kaas heeft hij al in de keuken genuttigd. Nu spit Christiaan het lokale nieuws op papier door onder het genot van een cappuccino en een vers sapje. Andere persuitingen komen digitaal tot hem.



Arnhem, Passavantlaan Sinds Christiaan teruggetreden is op het (inter)nationale podium gebruikt hij bijna uitsluitend de fiets. Op de heenweg (omlaag) is de rit eenvoudiger dan de rit huiswaarts. Hij is op weg naar het kantoor van DTO (Departement Tijdelijke Ordening) in het Coehoorgebied, waar hij regelmatig kantoor houdt.



Arnhem, kantoor Coehoorn Christiaan heeft hier als innovatieaanjager een gesprek met Leonie Hek van Maxmo om te bespreken of het haalbaar is een Europese subsidie binnen te slepen voor Innovate en Innovate X Change, business-to-business ontmoetingsmomenten voor innovatieve bedrijven.



Arnhem, kantoor Coehoorn Tussen de bedrijven door zet Christiaan een andere pet op. Een keer per maand bespreekt hij met andere deskundigen in een adviescommissie de plannen van innovatieve bedrijven die in aanmerking willen komen voor financiële ondersteuning (vroege fase financiering) van het Ministerie van Economische Zaken. Hier bestudeert hij een drietal aanvragen.



Arnhem, thuis De volgende afspraak is weer bij Christiaan thuis. Zijn gesprekspartner, Hans Schreuder, woont om de hoek, dus was dit de meest logische plek. Hans werkt voor Velo-City 2017 en bespreekt met Christiaan een mogelijke samenwerking met Innovate 2017.

Aanpassen aan omstandigheden en samenwerken

De detailhandel heeft het zwaar, heel zwaar. Veel kleine winkels verdwijnen uit het centrum van Arnhem. Zelfs grote ketens vertrekken of gaan failliet. Toch blijven er genoeg ondernemers over in de Arnhemse binnenstad. Wat doen zij anders dan anderen? Wat kunnen collega's leren van succesvolle strategieën? We spraken met Anke Pollmann, eigenaar van Pollmann, Veronique Gallé, eigenaar van kledingwinkel Reset en Rob Weiss van Ik Onderneem!, een projectbureau voor onder meer winkelgebieden.

TEKST EN FOTO: DICK LESEMAN

Dat de winkels, vooral de non-foodsector, het moeilijk hebben is algemeen bekend. Ketens als V&D, Halfords, Miss Etam en DA Drogisterijen bijvoorbeeld gingen failliet. Waren er in de non-foodsector in 2010 nog ruim 80.000 winkels, in 2015 resteerden er nog maar 74.000, een afname van ruim acht procent. De recessie van de afgelopen jaren en het daarmee gepaard gaande consumentenvertrouwen zette een flinke rem op het uitgavepatroon.

Iedereen moet een ambassadeur van de eigen stad zijn.

Veronique Gallé

Een andere belangrijke oorzaak van de malaise in de detailhandel is de concurrentie van de webwinkel. In de periode 2007-2015 is het aantal webwinkels ver-

zesvoudigd naar bijna dertigduizend begin 2015. In de jaren 2014 en 2015 nam de omzet van de detailhandel nauwelijks toe, terwijl de omzet van webwinkels toenam met een kleine vijftig procent.

Winkel en webshop niet los te zien

Anke Pollmann bevestigt het beeld van de toename van webshoppen. De winkel in serviesgoed bestaat al sinds 1890 en claimde al in 1997 de domeinnaam servies.nl. In 2001 ging deze webshop online. "Het internet heeft het winkelen heel erg veranderd. De omzet van onze webwinkel is nu zo'n veertig procent en dat is hard op weg naar de vijftig", verklaart ze.

Samen met haar man, Nick Pollmann, maakt zij deel uit van de vierde generatie van dit echte Arnhemse familiebedrijf. "Je kunt eigenlijk de winkel en de webshop niet meer los van elkaar zien. Klanten kopen online omdat we deze winkel hebben en ze kopen in onze winkel omdat ze eerst ons aanbod online hebben bestudeerd."

De webwinkel is niet de enige verandering van de afgelopen jaren



Rob Weiss en Veronique Gallé

die Pollmann onderging. Ze verlieten eind vorig jaar het pand aan de Vijzelstraat waar ze 76 jaar huisden. "Het is een prachtig pand, maar met alle verdiepingen en trappen helemaal niet efficiënt", legt Anke Pollmann uit.

Transformatie

De verhuizing bracht ook met zich mee dat het bedrijf zich transformeerde van een voorraadorganisatie naar een verkooporganisatie. "Het hebben van een grote voorraad heeft geen toegevoegde waarde, maar brengt wel veel kosten met zich mee. Gelukkig hebben we met vrijwel alle leveranciers goede afspraken gemaakt over een vernieuwde samenwerking", verduidelijkt ze. "De ontwikkelingen in de markt gaan snel. Dus de retail die overleeft, is de retail die in staat is om te veranderen en op de juiste manier in te kunnen spelen op de veranderingen."

Pollmann maakte een weloverwogen keuze tot verandering. Dat was anders voor Veronique Gallé. Haar winkel maakte van

sleutel tot succes in detailhandel



Nick en Anke Pollmann

een monobrand naar een multibrand. Ze voert in haar winkel nu meerdere merken. “Mensen zullen altijd naar een stad willen gaan en Arnhem heeft een aantrekkelijke binnenstad met heel veel nieuwe horeca, maar als het slecht weer is, kruipen mensen achter internet. Dus de race is nog niet gelopen”, benadrukt ze. “Je hebt veel doorzettingsvermogen, visie en passie nodig.”

Niet online

Reset maakte de bewuste keuze om niet online te gaan. De winkel heeft het vooral nodig van service, klantgerichtheid en beleving. “Een klein voorbeeld. Een vrouw komt bij mij kleding passen, maar de rits van haar jas zit vast. Terwijl zij wat kleding uitzoekt, breng ik de jas naar de coupeur hiernaast. Als ze klaar is met passen, is in de tussentijd de rits gerepareerd.”

Haar visie en overtuiging is, dat het beter is aan een lange termijn relatie te werken met haar klanten dan per se iets te moeten verkopen. Veronique Gallé werkt onder meer aan de relatie met

2003 tot 2013 deel uit van de franchise Jackpot. “Wij moesten wat anders en dat in de crisis”, vertelt ze. “Dus hebben we in het heetst van de strijd de formule omgegooid. Control-Alt-Delete, oftewel Reset. Daar hebben we onze naam van afgeleid.”

Multibrand

Gallé is toen ook overgestapt van

haar klanten door het organiseren van evenementen buiten de winkeltijden om zoals vriendinnenavonden, merkevents met stylistes en tredevents. Iets wat Pollmann ook doet.

Samenwerken

Rob Weiss zegt het nog stelliger dan beide dames. “Fysieke winkels in een centrum moeten bezoek genereren. Dat doe je niet door producten te stallen, maar door daar iets aan toe te voegen”, zegt hij. “De meerwaarde van een winkel is de beleving. De winkel is er om mensen te helpen.” Waar het drietal uitdrukkelijk over eens is, is dat samenwerken met ondernemers onderling van belang is. “Je moet durven een ander aan te bevelen, je bent er namelijk om je klant te helpen”, stelt Weiss, “ook als dat betekent dat je concullega op dat moment omzet daardoor krijgt.”

Arnhem heeft belang bij een goede binnenstad en mag daar best fors op investeren.

Rob Weiss

Anke Pollmann heeft bijvoorbeeld afspraken gemaakt met het Kookeiland even verderop in de straat. “Wij verwijzen alleen door naar zelfstandigen in Arnhem. Wij zullen niet doorverwijzen naar Coolblue bijvoorbeeld. Op die manier lever ik een bijdrage aan deze mooie stad”, zegt Pollmann. Ook Veronique Gallé verwijst haar klanten naar andere zaken. “Het is essentieel om elkaar te helpen”, is haar overtuiging. Ze is naast retailer ook voorzitter van het CCA (City Centrum Arnhem). “We hebben nu zo’n 110 leden. We moeten eerst zichtbaarder worden om meer draagkracht en meer leden te kunnen krijgen.”

Lef en investeringskracht

Rob Weiss mist het gevoel van samen Arnhem op de kaart zetten. “Je moet iemand zijn plekje gunnen”, zegt hij. Daarnaast mist hij bij Gemeente Arnhem lef en investeringskracht. “Arnhem heeft belang bij een goede binnenstad en mag daar best fors op investeren, niet alleen in menskracht, maar ook in euro’s”, stelt hij. “Het is een noodzaak om te werken aan de stad, samen met de ondernemers, de vastgoed eigenaren en de gemeente. Binnensteden die dat samen doen, zie je sterker worden.”

Mijn droom? Een bloeiende onderneming.

Ruimte creëren, dromen realiseren



Giesbers
ontwikkelen en bouwen

Bij Giesbers snappen we hoe de juiste werkomgeving bijdraagt aan succes. Voldoende en flexibele ruimte om te groeien hoort daarbij. Lees meer over onze duurzame commercieel vastgoedprojecten op www.giesberswijchen.nl. Wat is uw droom?

Slechts 5% belasting met de innovatiebox

De innovatiebox is een fiscale regeling die innovatie bij ondernemingen stimuleert. De innovatiebox verlaagt onder voorwaarden de vennootschapsbelasting van 25% naar 5% op winst behaald met omzet die is toe te rekenen aan eigen innovatie-inspanningen.

Op verzoek van de belastingplichtige wordt de winst dus deels belast tegen een percentage van 5% in plaats van de normale 20% of 25%. Om toegang te krijgen tot de innovatiebox moet de belastingplichtige een kwalificerend immaterieel actief bezitten.

Dit immateriële activum dient aan de volgende drie criteria te voldoen:

1. Het immateriële activum moet door de belastingplichtige zelf zijn voortgebracht/ontwikkeld.
2. Ter zake van het immateriële activum dient een octrooi of kwekersrecht zijn verleend of zijn voortgevloeid uit werkzaamheden waarvoor een S&O-verklaring is verleend
3. De winst uit het immateriële activum moeten in belangrijke mate hun oorzaak vinden in het octrooi of kwekersrecht.

Eerst verdienen

Voordelen uit het kwalificerende immaterieel activum tot aan het drempelbedrag leiden niet tot grondslagvrijstelling. De drempel is het bedrag van de ontwikkelingskosten die zijn gemaakt om de 'uitvinding' op de markt te brengen. Kortom die kosten moeten eerst worden terugverdiend voordat de innovatiebox voordelen gaat opleveren.

Verzoek indienen

In de praktijk wordt een verzoek tot toepassing van de innovatiebox vrijwel altijd gevolgd door een bedrijfsbezoek van de Belastingdienst waarbij het bedrijf en de fiscale adviseur in samenspel het innovatieve karakter van het bedrijf gaan aantonen aan de belastingdienst.

Goede voorbereiding

Een dergelijk samenspel tussen het bedrijf en de fiscalist een belangrijke stap in het hele proces. Want vaak beslist de inspecteur direct tijdens dat bedrijfsbezoek hoeveel procent van de winst is toe te rekenen aan de omzet die samenhangt

met de innovatie-activiteiten binnen het bedrijf. Een goede voorbereiding van die bedrijfspresentatie is dus essentieel.

Altijd voordeel

Flynth heeft de laatste jaren reeds vele succesvolle verzoeken ingediend voor klanten. Dan gaat het om klanten in bijvoorbeeld de alternatieve energie, of in de softwareontwikkeling. Het laatste traject betrof de ontwikkeling van een app in de schoonmaakbranche waarbij het bedrijf met 14 medewerkers al vanaf het eerste jaar winstgevend was en meer dan 50% van de mensen niets anders deed dan aanpassingen maken aan die app.

Het hoogst haalbare is ongeveer dat men 60% van de winst (EBIT) mag laten belasten met het 5% tarief. En dat is echt alleen haalbaar als meer dan de helft van de uren in het bedrijf worden besteed door mensen die bezig zijn met speur- en ontwikkelingswerk. Maar al zou je maar 15% van je winst kunnen toerekenen aan de innovatie-activiteiten dan nog is bij een EBIT van €200.000 het voordeel dat €30.000 van de winst is belast tegen 5% tarief en dat levert dan een voordeel op van €3.750 per jaar.

Niet alleen de grote klanten, maar ook MKB-bedrijven kunnen profiteren van de innovatiebox

Steeds meer MKB

Vaak wordt een afspraak gemaakt met de belastingdienst met een looptijd van 5 jaar. In het verleden zagen we in de praktijk eigenlijk allen de grote klanten profiteren van de innovatiebox, maar de laatste jaren zien we toch ook veel MKB-bedrijven er gebruik van gaan maken.

Forfaitaire regeling

Bedrijven die in aanmerking komen voor de innovatiebox, maar die het lastig vinden om te bepalen hoeveel winst is toe te rekenen aan die extra omzet die is voortgekomen uit de kennis die in eigen beheer is ontwikkeld, kunnen gebruik maken van de forfaitaire regeling. Jaarlijks kan er geopteerd worden de forfaitaire regeling toe te passen. Het voordeel uit het immaterieel actief wordt forfaitair bepaald op 25% van de jaarwinst met een maximum van €25.000. Er hoeft hierbij geen rekening te worden gehouden met de drempel.

*drs. Nick van Bemmel RB
Flynth adviseurs en accountants*





**INNOVATE
ARNHEM**
CREW

**INNOVATIE
IS CREATIEF
ONDERNEMEN**

made in **[Arnhem]**

Snel internet vereist langzaam denken

In deze tijd waarin we terabytes over het internet rond pompen alsof het niets is en snel-snel zaken doen via internet, is het juist van belang even pas op de plaats te maken en rustig na te denken over wat we in feite aan het doen zijn, en wat de (juridische) consequenties kunnen zijn. Ondanks die gemakkelijke muisklik.

TEKST: FRANK THOOFT | FOTO: JACQUES KOK

Ernst-Jan van de Pas is 'technology'-advocaat bij Dirkzwager en ziet het aantal rechtszaken en geschillen toenemen, niet alleen in aantallen maar ook in zwaarte. Met zijn specialisme in IT-recht, privacy en intellectuele eigendom houdt hij zich onder meer bezig met het vormgeven van complexe IT-contracten en overeenkomsten. Maar ook met het verdedigen van cliënten in geschillen over IT-kwesties.

Valkuilen

Gevraagd naar de valkuilen waar ondernemers regelmatig in vallen, zegt hij: "Snelheid is dé grote valkuil. Ondernemers willen vaak te snel handelen. Het internet roept dat ook op, dus ik snap dat wel. Maar die snelheid heeft een risico. Als je bijvoorbeeld niet een non-disclosure agreement sluit bij het pitchen van een nieuw concept, een geheimhoudingsverklaring, kan het zijn dat een ander er met jouw idee vandoor gaat en het zelf op de markt brengt. En dan heb je er een hele klui aan om dat nog recht te zetten."

Opensource

Ook het werken met een open source software kan risico's met zich meebrengen, zoals Cisco, de producent van routers, enkele jaren geleden tot zijn schade en schande heeft moeten ervaren. Het bedrijf gebruikte beschikbare opensource software en paste die aan voor een nieuwe serie routers, maar gaf vervolgens die aanpassingen niet terug aan de opensource community, waarop die – met succes en imagoschade voor het bedrijf – bezwaar maakten.

Cloud

Iedereen wil tegenwoordig in de cloud, zo is de trend. Maar hoe safe is dat? Wat gebeurt er als de cloud provider zelf een inbraak of brand krijgt, hoe klein dat risico ook is? Of wat gebeurt er als je een geschil krijgt over de tarieven en de cloud provider je data



of programma's niet of met vertraging beschikbaar stelt? Het overkwam een samenwerkingsverband van huisartsen enkele jaren geleden omdat er verschil van mening was over de betaling. Weliswaar bleven patiëntgegevens beschikbaar, maar het systeem (de programma's) werkte trager, wat voor de huisartsen niet alleen irritant werken was maar ook wel een uitstraling kon hebben inzake patiëntveiligheid. Kan en mag een provider zo met zijn klanten omgaan, of had dat vooraf in een overeenkomst beter afgesproken kunnen worden? Daar moeten bij het aangaan van de overeenkomst duidelijke afspraken over gemaakt worden, stelt Van de Pas.

Ondernemers willen vaak te snel handelen

Exit-procedure

En zelfs een simpele exit-procedure ontbreekt vaak in een IT-overeenkomst, waardoor het overzetten van de data naar de volgende provider, of naar de eigen server, in gevaar kan komen als die niet op tijd klaar is maar het contract bij de cloud provider wel afgelopen is. In veel gevallen rekent de provider torenhoge tarieven om mee te werken aan een dergelijke overstap of om de oude overeenkomst met enkele weken of maanden te verlengen. Dit zijn allemaal voorzienbare risico's die je van te voren kunt voorkomen door een goede exit-regeling op te nemen in het contract dat hierin voorziet.

Misverstand

Een cloudoplossing is overigens niet altijd goedkoper, aldus Van de Pas. "Vaak heb je toch nog eerstelijns medewerkers nodig in je bedrijf. Reken vooraf goed na wat je precies wilt, en op welke manieren je dat allemaal kunt vormgeven. Een hybride opslag is bijvoorbeeld ook mogelijk: de meest essentiële data beheer je zelf, zoals R&D-data. De andere data zet je in de cloud. Ook hier geldt: te snel beslissen kan je geld kosten."

Elitefrites culinaire hot dogs ZELF JE BIERTJE TAPPEN *een cadeaukaart specifiek voor Arnhem*

De Arnhemse binnenstad verandert langzaam van karakter. Leegstaande winkels maken plaats voor horecagelegenheden. Onderzoeksbureau Locatus becijferde dat tien jaar geleden de gemiddelde binnenstad uit 26 procent horeca bestond, nu is dat 30 procent. De verschuiving is ook in Arnhem te zien. Middelmaticheid maakt plaats voor vernieuwende concepten.

TEKST: MATHILDE LENTJES | FOTO: MARC PLUIM

De eerste vestiging van Stan & Co staat in Utrecht. Marketing manager Sjoerd van Barneveld van Debuut Horecabeheer & Ontwikkeling – het bedrijf achter Stan & Co - legt uit waarom voor de tweede vestiging voor Arnhem werd gekozen: “Arnhem is een stad die past bij Stan, een stad met ambitie, een stad die aan de weg timmert met zijn nieuwe station, nieuwe bioscopen, nieuwe musea en niet te vergeten Arnhem als modestad. De grootste stad van het oosten van het land met veel studenten, culturele bezoekers en een grote groep millennials. En als er dan een kans voordoeft om op een ‘vergeten’ plek in een ‘vergeten’ pand in Arnhem een Stan te bouwen, ja dan is 1 plus 1 heel gauw 2.... De innovatie zit het hem in het design van de zaak. De hele voorgevel kan open waardoor terras en binnenkant als het ware één worden en het restaurant- en bargedeelte spelen een gelijkwaardige rol.”

Elitefrites

Na Den Haag en Utrecht is Arnhem de derde stad met een heus Frites-Atelier, de friteszaak van topkok Sergio Herman. HR & Marketingmanager Marjolein Weener: “Wij hebben gekozen voor Arnhem om meerdere redenen. Arnhem is de hoofdstad van Gelderland en heeft een echte regiefunctie, vandaar dat wij deze stad als geschikt hebben ervaren. Daarnaast is het voor ons belangrijk dat het een geschikte locatie betreft. Wij hebben het geluk gehad dat wij een prachtig, authentiek hoekpand hebben gevonden aan de Vijzelstraat, midden in de winkelstraat van het centrum.” Het concept is op zijn minst innovatief te noemen. Chef Herman sleutelde er anderhalf jaar aan. Resultaat: frites op een eigentijdse manier. Met de hand gesneden en afgemaakt met door Herman ontwikkelde sauzen. “Behalve een goed adres voor



frites, zijn we qua inrichting en aankleding maar al te graag een platform voor kunstenaars en ontwerpers: we zijn niet voor niks een Atelier.”

Tappen in het postkantoor

In Tilburg is de formule van het 't Taphuys een succes. Reden voor de eigenaren om het ook in Arnhem te proberen. In het oude postkantoor aan het Jansplein kunnen bezoekers binnenkort een pasje kopen waarmee zelf drank kan worden getapt. Betaald wordt per centiliter alcoholisch vocht. Het etablissement zal vanaf 08.00 uur in de ochtend al open zijn. Dit – zo lieten de initiatiefnemers elders weten ‘omdat ze de ontbijtcultuur die al in Arnhem aanwezig is’, verder willen stimuleren.

Culinaire hotdogs

In de culinaire pijpleiding zit ook het nieuw te openen restaurant Haute Dog aan de Spijkerstraat, daar waar voorheen het Arnhemse Proeflokaal gevestigd was. Arnhemmer Harold Ghurahoo gaat onder andere samen met de Franse top chef en Master-

de (binnen)stad zit in de lift



Boven: het Frites Atelier van Sergio Herman op een van de drukste punten van de Arnhemse binnenstad. Links: gezellige drukte bij Stan & Co.

chef tv-kok Alain Caron recepten voor hot dogs haute cuisine bedenken en verkopen. Arnhemse leveranciers zullen het vlees, de broodjes en de groenten verzorgen. Het etablissement zal worden ingericht door en met Arnhemse ontwerpers.

Eigen cadeaukaart

Om zowel het nieuwe als het bestaand Arnhemse horeca-aanbod, de winkels, de attracties en het culturele aanbod bij het publiek onder de aandacht te brengen en de lokale ondernemers te ondersteunen, is onlangs de cadeaukaart 'Dit is PAS Arnhem' geïntroduceerd. Het is een initiatief van Platform Binnenstad Arnhem en CCV. Bedrijven kunnen de kaart inzetten als relatiegeschenk. Consumenten kopen de kaart bij geselecteerde verkooppunten of via de website www.ditispasarnhem.nl

Het gaat goed

Het gaat relatief goed met de binnenstad van Arnhem. Enkele gegevens uit de binnenstadsmonitor van 2016:

AANTAL BEZOEKERS

Sinds 2014 neemt het aantal bezoekers naar de binnenstad weer toe. 75% van de bezoekers komt uit de stadsregio Arnhem-Nijmegen.

MOTIEVEN

Winkelen is veruit het belangrijkste bezoekmotief, vooral op zondag en bij bezoekers van buiten de stad. Horeca wordt steeds belangrijker als bezoekersmotief en wordt vooral genoemd als bezoekersmotief door bezoekers van de donderdagavond.

WAAROM ARNHEM?

Dichtbij wordt het vaakst als reden genoemd voor een bezoek aan Arnhem. Winkelaanbod en gezelligheid worden vaker genoemd door bezoekers van buiten Arnhem.

BEZOEKFREQUENTIE EN BEZOEKDUUR

Bezoekers blijven net als in 2014 langer in de stad in vergelijking met voorgaande jaren. Arnhemmers bezoeken de binnenstad vaker dan bezoekers die niet uit Arnhem komen.

BESTEDINGEN

Het percentage bezoekers dat iets besteed heeft in de stad ligt lager dan in 2014, maar het gemiddelde bedrag dat er besteed wordt blijft nagenoeg gelijk. Bezoekers buiten Arnhem geven iets meer uit aan dagelijkse - en niet-dagelijkse goederen en in de horeca. Arnhemmers geven juist weer meer uit op de markt;

Een trend die ook bij het Koopstromenonderzoek van Eco-ry/I&O Research 2016 naar voren komt, is dat winkelen veel gecombineerd wordt met bezoek aan daghoreca, markt, avond- en nachthoreca, bioscoopbezoek en evenementen. Kortom, 'beleving' wordt steeds belangrijker.

Nederland een derdewereldland?

Een goed ondernemersklimaat is van groot belang voor een gemeente en haar inwoners. Bedrijven zorgen immers voor banen en daarmee voor welvaart. Het is dan ook cruciaal dat gemeenten en (mkb)bedrijven met elkaar in gesprek blijven om innovatieve ideeën te transformeren naar kansen en mogelijkheden.

Nederland heeft een zeer aantrekkelijk ondernemersklimaat. Sterker nog, op een ranglijst van 174 landen staan we op de 3e plaats. We zijn daarmee natuurlijk geen derdewereldland.

Ook de Arnhemse ondernemers moeten blijven zoeken naar innovatieve kansen en mogelijkheden. Gezamenlijk met medewerkers en klanten ideeën succesvol tot uitvoering brengen.

Ik welke mate draagt een onderneming dan bij aan een goed ondernemersklimaat? In welke mate mogen de inwoners van Arnhem ook iets terugverwachten van haar ondernemers?

Maatschappelijke betrokkenheid en innovatief ondernemen sluiten naadloos aan bij een goed ondernemersklimaat. Hoe lastig het soms ook mag zijn, sociale verantwoordelijkheid en innovatie is voor iedere onderneming een must en een kans.

Je krijgt er namelijk zo veel voor terug. Derksen Verhuizingen BV heeft inmiddels twee keer in succesie het Arnhems Compliment in ontvangst mogen nemen. Een opsteker waar we trots op zijn!

Het levert natuurlijk niet altijd financiële winst op, maar de voordelen zijn niet altijd in geld uit te drukken. Daarom wordt er gesproken van Social Return on Investment. Denk aan goodwill ten aanzien van het bedrijf en aan betrokken medewerkers. Daarnaast merk je dat mensen zich ook sociaal verantwoordelijk voelen en op allerlei vlakken in de samenleving actief en innovatief zijn.

Kortom: ook sociaal ondernemen vereist innovatief denken

*Harold Hofman
directeur van Derksen
Verhuizingen BV*



Patent niet allesheiligend

De tijd dat slimme uitvindingen en innovaties direct vastgelegd worden met octrooien om het marktaandeel van het nieuwe product te zekeren is voorbij. Er is een tijdperk aangebroken waarin - soms - bewust géén octrooien worden geregistreerd. Een open-source mentaliteit en samenwerken met de concurrent loont dan beter en levert meer hefboomeffect op dan het ingesnoerde patent van weleer. Ook, of vooral juist, bij startups. Maar wie maakt de juiste keuze voor wel of niet vastleggen?

Een CIPO is het antwoord op deze vraag. Een CIPO is een Chief Intellectual Property Officer, die net als zijn collega's de Chief Intelligence Officer, Chief Risk Officer en Chief Purchase Officer zijn plaats dient te hebben in het management van een bedrijf. En niet alleen van een groot bedrijf, maar ook van een MKB-bedrijf of zelfs van een startup. Met name bij een startup, want daar leeft nog wel eens de gedachte dat het intellectuele eigendomsrecht en de daarbij behorende keuzes alleen voor 'grote jongens' gelden.

Open source

Is dit preken voor eigen parochie? Nee, want ik pleit er alleen voor om het vastleggen van octrooien en andere intellectuele eigendomsrechten, de traditionele kerntaken van het octrooi-bureau, te allen tijde vanuit de businessstrategie te bekijken. De ontwikkelingen op innovatief gebied gaan zó snel dat het octrooieren niet altijd meer zin heeft. Wat wél zin heeft, is iemand aanstellen die de juiste afweging kan maken om te octrooieren, samen te werken en of het idee via opensource de wereld in te slingeren waardoor er in co-creation tot veel innovatievere vernieuwing gekomen kan worden. Die iemand is de CIPO of hoe u hem of haar ook wilt noemen.



De innovatie die vandaag de dag succesvol is, is experience innovation: het samen maken en beleven van vernieuwingen. Crowd innovation maakt deel uit van de innovatie 3.0 waar de wereld vandaag en morgen in zit. Business leaders worden zo game changers. De CIPO is in deze nieuwe context de manager die de juiste afweging kan maken welke componenten van het businessmodel met intellectuele eigendomsrechten vast te leggen zijn, welke in co-creation moeten worden uitgebouwd en welke wegen er naar (co-)financiering en het succesvol vermarkten van de innovatie kunnen leiden. Hij - of zij - zoekt naar disruptive growth programs waarmee het bedrijf wél een onderscheidende beweging kan maken.

Anne Laarman
partner Algemeen Octrooi- en Merkenrecht Bureau
AOMB Consultants

Papendal, méér dan sport alleen

Papendal, een begrip in topsportland. Uniek om haar sport-accommodaties, uniek om haar topsporters. Sportkoepel NOC*NSF zit er, net zoals diverse bondsbureaus. Alles ademt topsport. Dagelijks trainen hier ongeveer 600 sporters in meer dan 15 verschillende sporten. Daar zijn we trots op. Mensen vragen ons vaak wat er allemaal gebeurt #OpPapendal. Ons antwoord? Hier gebeurt héél veel én meer dan sport alleen! De veelzijdigheid die je hier vindt geeft ons complete karakter goed weer. Van kleine bijeenkomsten tot grootse congressen, van clinics tot op maat georganiseerde evenementen. En wat je het meest zal verbazen is dat deze bijeenkomsten niet persé sport gerelateerd hoeven te zijn! Iedereen is welkom. Wij streven iedere dag naar succes. Zo organiseren wij begin

mei de BMX Supercross World Cup. En wordt dit topsportevenement gecombineerd met het wielerevent Holland Classic én het Framed Festival met muziek en foodtrucks. Je moet maar durven. Papendal durft dat. Papendal is vernieuwend. Hier is alles en iedereen altijd in beweging.

Jochem Schellens
Directeur Hotel Papendal en Sportcentrum Papendal





Te huur

ARNHEM EUSEBIUSBUITENSINGEL 3

Kantoorruimte op een absolute
zichtlocatie in een monumentale villa.
Totale oppervlakte ca. 302 m²,
al te huur vanaf 13 m².
Parkeren op eigen terrein.
Huurprijzen op aanvraag.



Te huur

ARNHEM KETELSTRAAT 12

Winkelruimte op A1-stand in het hart
van het City Center van Arnhem.
Ca. 123 m² verhuurbaar vloeroppervlak.
Frontbreedte van ca. 6,00 meter. Winkels
in de directe omgeving zijn o.a. Primark,
WE, KPN, Chasin en Douglas.

Huurprijs: € 125.000,- per jaar,
te vermeerderen met BTW.

026-3638494 | INFO@DKMAKELAARS.NL | WWW.DKMAKELAARS.NL

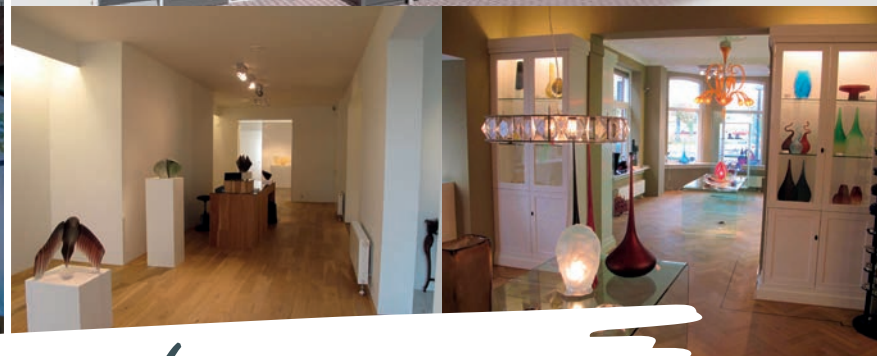


Te huur

OOSTERBEEK UTRECHTSEWEG 164

Winkelruimte gelegen op een
prominente locatie aan de Utrechtseweg
in Oosterbeek. Ca. 225 m² verhuurbaar
vloeroppervlak. Eventueel op te splitsen
in 2 separate winkels.

Huurprijs: € 62.500,- per jaar,
te vermeerderen met BTW.



15
JAAR
JUBILEUM

ruimte om te ondernemen

