

unizo magazine

Editie Provincie
Antwerpen

unizo 75 versterkt ondernemers

YOLOpreneur Karen Dendas

Maak jezelf misbaar in je zaak



TOPSEMINAR

Een initiatief van **unizo**

Early Bird actie: Schrijf je in vóór 1 augustus 2023 en ontvang gratis onze trolley met de tien managementboeken t.w.v. €350.

In dit nummer

Lingerie en badmode

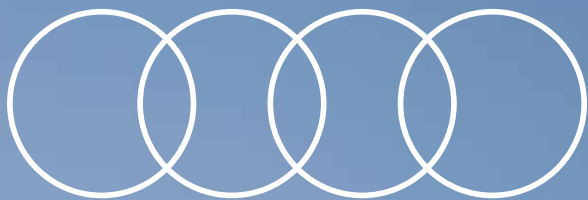
Arlette Daniëls Een trend-gevoelige en dankbare sector

Elektrisch rijden zonder

ongelukken Hoe concreet aanpakken?

Het grote startersdossier

Ready? Set ... Go!



Laag verbruik. En hoge aftrekbaarheid als u bestelt vóór 1 juli.

De Audi plug-in hybride modellen

U wil de komende jaren blijven genieten van 100% fiscale aftrekbaarheid van uw Audi plug-in hybride? Ga dan snel langs bij uw Audi verdeler. Bij plug-in hybride wagens besteld vóór 1 juli 2023 behoudt u de maximale aftrekbaarheid gedurende de volledige looptijd, en dit zowel voor de wagen als de laadkosten.

Of het daarna écht veel minder interessant wordt? Om u een idee te geven, vergeleken we een Audi Q3 45 TFSI e besteld vóór en na 1 juli 2023. Waar de Total Cost of Ownership over 4 jaar € 46.784 bedraagt indien u hem vóór 1 juli bestelt, kost hij u € 59.413 wanneer u de bestelbon na die datum ondertekent. Een verschil van € 12.629! Snel beslissen loont dus meer dan ooit.

Ontdek onze plug-in hybride modellen op [audi.be](https://www.audi.be)



1,1-2,1L/100KM ♦ 24-47G CO₂/KM ♦ 14,4-17,1kWh/100KM (WLTP)

D'Ieteren  GEEF VOORRANG AAN VEILIGHEID. Milieu-informatie (KB 19/03/2004): www.audi.be

Contacteer uw Audi verdeler voor alle informatie over de fiscaliteit van uw voertuig. * Meer informatie en een gedetailleerde berekening vindt u op www.audi.be.
V.U./Adverteerder: D'Ieteren Automotive n.v., Maliestraat 50, 1050 Elsene, RPR Brussel, KBO 0466 909 993, IBAN BE42 3100 1572 0554

“Een ondernemer die niet op één of andere manier digitaal actief is, zal weinig toekomst hebben.”

Toekomst

UNIZO bestaat dit jaar 75 jaar. Dat wist je ondertussen! We kijken met veel trots terug op die lange geschiedenis, maar we beslissen al van bij aanvang dat we niet teveel willen terugkijken. We willen onze verjaardag vooral vieren door vooruit te kijken. Hoe zal het ondernemerschap er in de nabije en de wat verdere toekomst uitzien? Wat komt er op ons af en hoe kunnen we van bedreigingen opportuniteiten maken? De afgelopen weken hebben we de daad ook al bij het woord gevoegd. We organiseerden al enkele gesprekken met zeer diverse groepen ondernemers over thema's die onmiskenbaar het ondernemen de komende jaren gaan domineren. Digitalisering, om er maar één te noemen. Een ondernemer die niet op één of andere manier digitaal actief is, zal weinig toekomst hebben. Of nadenken over de sociale verhoudingen in de toekomst? In heel het Delhaize-verhaal is het duidelijk dat we op een keerpunt staan in onze manier van naar ondernemingen en werkgevers-werknemersrelaties te kijken.

Ik wil even langer blijven stilstaan bij onze focusgroep rond klimaat en energie. Net in de week dat we hierover met ondernemers discussieerden, nam de Europese Unie een resem besluiten over de vergroening van onze economie. Dat maakte het een bijzonder interessant debat. Ik ga nog niet teveel in op de eigenlijke inhoud maar wel op de basishouding. Eigenlijk gingen alle ondernemers wel akkoord met de weg die is ingeslagen. Dat wordt niet in twijfel getrokken. Een heel aantal

ondernemers ziet er zelfs nieuwe opportuniteiten en marktmogelijkheden in. Maar minstens evenveel zijn ook bezorgd. Want men kan ons veel doelstellingen en regels opleggen, maar dat maakt het daarom niet haalbaar. En als het haalbaar is, is het dan ook haalbaar voor onze klanten? Gaan zij in staat zijn om meerkosten op te hoesten?

Eigenlijk is dat de basishouding waarmee we tegenover zowat alle grote maatschappelijke evoluties staan. We beseffen zeer goed dat er geen weg terug is en we delen de lange termijndoelstellingen. Die gedragenheid van de doelstellingen is bijzonder belangrijk. Maar ook de weg ernaar toe moet gedragen worden. Hoe problemen omzetten in mogelijkheden? Hoe onze marktpositie behouden en onze klanten blijven soigneren, terwijl we toch die doelstellingen moeten bereiken? Of het nu over klimaat, energie, digitalisering, ongelijkheid, ruimtelijke ordening, sociale zekerheid of migratie gaat, de manier hoe we ernaar moeten kijken is heel gelijkaardig.

En dat kunnen we jou als UNIZO alvast beloven. Als verjaardagscadeau voor onze 75 jaar hopen we je die toekomstvisie te geven: met duidelijke doelen en een gedragen manier om er te geraken. We're working on it!

Danny



16

Tussen neus en lippen

“Maak je zelf misbaar in je zaak en laat je team schitteren.”

YOLOpreneur Karen Dendas



50

Ondernemersportret

“Iedereen mag en kan zich goed voelen in de juiste lingerie.”

Lingerie en badmode Arlette Daniëls



54

In de praktijk

“De fiscale aftrekbaarheid voor wagens die vanaf 1 juli 2023 worden besteld, wijzigt grondig.”

Elektrisch rijden zonder ongelukken

5 UNIZO in actie

6 Kort en krachtig

22 Het grote startersdossier: drempels en begeleiding

27 Je provinciale directeur opent

40 De Ondernemerslijn



De folie rond dit magazine kan gerecycleerd worden.

Colofon

Manager content & communicatie
Filip Horemans

Content Executive
Jurgen Muys

Creative Copywriters
Babette Plessers
Lucas Medaer
Laurens Bervoets
Ashley Vauthier

V.U
UNIZO vzw
Willebroekkaai 37,
1000 Brussel
02 212 25 11
communicatie@UNIZO.be
www.UNIZO.be

Reclameregie
Trevi nv
Meerlaan 9
9620 Zottegem
09 360 62 16
www.trevi-regie.be

Vormgeving
KIXX
www.kixx-concept.be

UNIZO Ondernemerslijn
02 21 22 678
ondernemerslijn@unizo.be

UNIZO-partners in ondernemen



Aangesloten bij uitgeverijfederatie



Volg ons op:



Ons volgende nummer verschijnt op 15 juni 2023.

De redactie van UNIZO Magazine, www.UNIZO.be streeft naar de grootst mogelijke betrouwbaarheid van de gepubliceerde informatie, waarvoor zij echter niet aansprakelijk kan gesteld worden. Dit magazine is auteursrechtelijk beschermd. Elk gebruik zonder toestemming van UNIZO is verboden. UNIZO vzw is verantwoordelijk voor de verwerking van uw gegevens, volgens de geldende wetgeving en de privacyverklaring zoals terug te vinden op www.UNIZO.be. Bij vragen over deze verwerking kan u zich richten tot privacy@UNIZO.be.



Wie goed voor zichzelf zorgt, zorgt goed voor zijn bedrijf.

Het is belangrijk om als eindverantwoordelijke al je projecten goed op te volgen, maar vergeet jezelf niet. Jij bent het belangrijkste project voor je onderneming want jij bent onvervangbaar.

Liantis en UNIZO in de bres voor **Samen Sterker Ondernemen**

Maar liefst 49,9% van de ondernemers kampt regelmatig tot zo goed als altijd met stress, 51,2% kampt met vermoeidheid en 32,6% kampt met slapeloosheid. Mentaal welzijn moet dringend bovenaan de agenda van zelfstandige ondernemers geplaatst worden. Om het belang van mentale veerkracht in de kijker te zetten, hebben UNIZO,

Liantis, Integraal en Dyzo samen met de FOD Sociale Zekerheid een sensibiliseringscampagne uitgewerkt. "Wie goed voor zichzelf zorgt, zorgt goed voor zijn bedrijf."

Lees alles over Samen Sterker Ondernemen





Hét ondernemerscongres HR voor kmo's

Wil jij een eerste talent aanwerven? Of heb je al personeel en wil je je personeelsbeleid verbeteren, versterken of uitbreiden? Dan is het HR Ondernemerscongres van Elk Talent Aan Boord op 20 juni 2023 zeker iets voor jou!

Het programma omvat interviews, keynote speakers en een netwerkreceptie. Maak je geen zorgen, we garanderen dat je een hele leuke en informatieve ervaring zult hebben.

Schrijf je hier in:



In de snelwijzer Overbruggingsrecht leggen de experts van UNIZO en Liantis je uit waar je allemaal op moet letten

Dankzij het lobbywerk van de UNIZO-studiedienst krijg je sneller en gemakkelijker een uitkering overbruggingsrecht wanneer je je zelfstandige activiteiten gedwongen moet stopzetten of onderbreken. Maar wat is het overbruggingsrecht en welke concrete voorwaarden moet je vervullen?



Boost je freelance carrière op onze volgende Coworking Day

De volgende Coworking Day voor freelancers staat al bijna voor de deur! Deze zal plaatsvinden op 8 juni in Brugge. Wil jij een productieve en leerzame werkdag beleven met collega-freelancers in een geweldige coworking space? Twijfel dan niet langer en meld je meteen aan via deze link.



Mis onze volgende coworkingdagen in Antwerpen (07/09) en Hasselt (09/11) niet!



3 op 4 ondernemers kiezen voor meer aandacht voor preventie dan afschaffing van het ziektebriefje

Uit een enquête blijkt dat 1 op de 5 kmo's frequent ziekteverzuim kent. Volgens UNIZO-experts biedt het afschaffen van ziektebriefjes geen oplossing voor dit probleem. Een verzuimbeleid op maat van kmo's is essentieel en het behouden van ziektebriefjes is een belangrijk middel om misbruik en onterechte afwezigheden tegen te gaan.

Lees meer:



Het activeren van 60-plussers moet een prioriteit zijn in het arbeidsmarktbeleid

Om de lage werkzaamheidsgraad bij 60-plussers aan te pakken is het van essentieel belang om te focussen op competentieversterking, re-integratie van langdurig zieken, pensioenhervorming, werkbaar werk en jobmobiliteit. Slechts 0,6% van de 6.000 werkzoekende 60-plussers in het SWT-systeem vindt binnen een jaar weer werk. UNIZO roept op om werkzoekenden ongeacht beschikbaarheid een passend aanbod te doen en het sociaal akkoord van 2022 vol vertrouwen uit te voeren.

Lees meer:



Lees onze bijlage bij het UNIZO Magazine deze maand

Dit jaar viert UNIZO haar 75-jarig bestaan. Een mijlpaal en een gedroomde gelegenheid om zowel terug als vooruit te kijken.

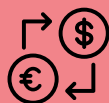


Verander uw smartphone in een betaalterminal

Met Worldline Tap On Mobile
worden uw betalingen mobiel!



Veilig aanvaarden
van de meest gebruikte
betaalmiddelen



Geen vaste kosten,
betaal enkel wat
u gebruikt



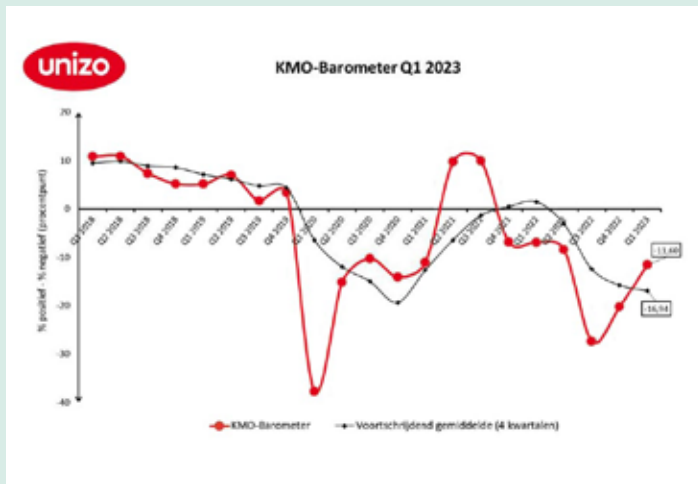
Snelle online registratie,
aanvaard betalingen
binnen het uur

Ontdek het nu



mijnbetaaloplossing.be/nl/smartphone

Payments to grow your world



Volgens de UNIZO KMO-Barometer krijgt 1 op de 2 kmo's vacatures niet ingevuld

Ondanks de negatieve UNIZO KMO-Barometer (zesde kwartaal op rij) herstelt de situatie lichtjes. Kmo's blijven zich zorgen maken over loonindexering, hoge transportkosten, inflatie en arbeidstekort. 50% van de kmo's vult hun vacatures niet in. UNIZO adviseert beperking van werkloosheid in de tijd, degressiviteit van uitkeringen en meer interregionale mobiliteit om werkgelegenheid te bevorderen.

Meer over de recente cijfers van de UNIZO KMO-Barometer:



Het nieuwe label voor de bouwsector is niet de oplossing

Bouwsector positief over controle bestuursverboden, terughoudend over kwaliteitslabel van Minister Jo Brouns (foto). Bouwunie raadt aan om zich te concentreren op bedrijven die niet aan de regels voldoen en twijfelt aan het nut van het label, dat volgens hen kan leiden tot prijsconcurrentie en minder vertrouwen bij consumenten.

Hier meer info over het voorgestelde kwaliteitslabel:



Kmo's... zet je zaak online!

Want bijna 7 op 10 Belgische internetgebruikers koopt online in het buitenland en zo lopen Belgische bedrijven dus inkomsten mis.





Kmo-werkgevers tonen betrokkenheid: 8 op de 10 is altijd beschikbaar voor persoonlijke vragen

Volgens experts is open communicatie tussen werkgevers en werknemers cruciaal. Uit een enquête van Liantis blijkt dat 83,3% van de kmo-werkgevers openstaat voor persoonlijke vragen van medewerkers en dat 61,9% medewerkers apart neemt om hen te motiveren. Dit kan de retentie verhogen en positieve resultaten voor het bedrijf opleveren.



Ontdek alles wat je moet weten:



Denk vroeger aan later

Als ondernemer ben je dag en nacht bezig met je zaak, maar het is belangrijk om ook aan de toekomst te denken. "Denk vroeg aan later" is een tweedelige informatiereeks die in 12 steden in Vlaanderen wordt gehouden. In deze reeks kom je alles te weten over wat belangrijk is voor je toekomst.



Je kunt je nog steeds online inschrijven voor verschillende sessies in mei en juni:

UNIZO dringt aan op snelle oplossing voor gedupeerden coronasteun

Door een strikte interpretatie en de snelheid waarmee tijdens de coronacrisis ondersteunende maatregelen moesten worden uitgewerkt, dreigen duizenden ondernemers deze steun (deels) te moeten terugbetalen. UNIZO reikt op begrip en vraagt een snelle en correcte oplossing.

Lees het UNIZO standpunt.



V O L V O

De elektrische auto met een back-up-plan.



Ontdek de Volvo XC90 Plug-in Hybrid op volvocars.be
Nog tot 1 juli maximaal 100% fiscaal aftrekbaar.*

*Aanbod voor professionelen

1,2 – 1,5 L/100 KM | 28 – 34 G CO₂/KM (WLTP)

Contacteer uw verdeler voor alle informatie over de fiscaliteit van uw voertuig.

 GEEF VOORRANG AAN VEILIGHEID.

Afgebeeld model ter illustratie. Milieu-informatie
KB 19/03/2004: www.volvocars.be



UNIZO en VLAM bouwen samen aan een 'lekkere' buurt

Buurtsuper.be, de UNIZO-organisatie van supermarkten en specialzaken, organiseerde samen met VLAM op 19 april een actie in Bocholt om lokale telers te steunen en het lokale assortiment van de buurtsupermarkt te promoten. Vlaams minister Jo Brouns en andere aanwezigen genoten in een serre van een heerlijke maaltijd met lokale producten, bereid door The Messy Chef.



UNIZO steunt Trias

Collega's van UNIZO liepen op zondag 23 april de Antwerp 10 Miles. Samen zamelden ze maar liefst 578 euro in voor de ngo Trias. Dat geld gaat naar jongeren in het Amazonewoud om klimaatopleidingen te volgen.

Wil je meer weten over het project?



JOUW FINANCIËLE RUGGENSTEUN, ONZE HANDEN

Het Sociaal Fonds helpt jou en je personeel met extra handen.

Niet letterlijk, maar wel met premies!

Geschikt personeel vinden, valt niet altijd mee. Bied een langdurige werkloze of laaggeschoolde een bediendencontract aan en wij belonen je met een forfaitaire premie.

Jouw werknemers financieel steunen door een tussenkomst in de kinderopvang via het Sociaal Fonds? Dit is mooi meegenomen! Nieuwsgierig geworden?

GA NAAR
sociaalfonds201.be
sociaalfonds202-01.be
EN DIEN NU ONLINE JE
PREMIEAANVRAAG IN

SOCIAAL FONDS N° 201 en N° 202.01



UNIZO bekroont jonge ondernemersskills

UNIZO maakt met het project **Plankgas** jaarlijks leerlingen uit de derde graad secundair onderwijs warm voor het ondernemerschap. Met het project Step-Up worden dan weer de ondernemende skills van studenten uit het hoger onderwijs getriggerd. Beide projecten krijgen steun van VLAIO (Vlaams Agentschap Innoveren en Ondernemen). De drie meest overtuigende inzendingen van de derde graad kwamen dit jaar van leerlingen uit het de Tuinbouwschool Tectura in Melle, VISO in Roeselare en het Sint-Rita college in Kontich. De Step-Up awards voor de studenten uit het hoger onderwijs gingen naar de Arteveldehogeschool en UCLL. Gedurende een heel schooljaar ervaren de leerlingen en studenten wat er allemaal komt kijken bij de opstart van een onderneming. De opdracht is om een businessidee of concept uit te werken tot een concreet ondernemingsplan. De leerkracht(en), docenten en UNIZO-adviseurs begeleiden hen hierin. UNIZO wil zo jongeren warm maken voor het ondernemerschap.

“Onze maatschappij heeft constant nood aan nieuw en jong ondernemersbloed. Op deze manier willen we jongeren laten kennismaken met ondernemerschap”, zegt gedelegeerd bestuurder **Danny Van Assche**.

De winnende projecten

Plankgas

Pierre Delcourt van de Tuinbouwschool Tectura in Melle werkte voor het bedrijf ‘Tuinen Delcourt’ een plan uit voor tuinaanleg op een duurzame en ecologische manier.

De tweede winnaar is het project ‘Het Sterrenlicht’ van Fleur Van Cappel van VISO in Roeselare. Zij wil een plek creëren waar mensen in rouw zich gehoord en begrepen voelen. Het aanbod gaat van het voeren van rouwgesprekken tot het onderhouden en opknappen van de begraafplaatsen.

De derde finalist is Silent Pisser van Kobe Van Beeck en Oscar Uyttenbroeck van het



Plankgas

Sint-Rita college in Kontich. Zij voorzien een oplossing voor het probleem dat sommige mensen het lastig vinden om te plassen op een openbaar toilet wegens het geluid. Via ecologisch afbreekbare strips bieden ze hier een antwoord op.

Step-Up

Categorie duurzaamheid: The American Dream van de UCLL maakt juwelen van oud bestek. De combinatie van duurzaamheid en creativiteit viel de jury op.

Categorie circulair: Étoui is tot stand gekomen door vier studenten die zagen hoe de globale afvalberg elke dag vergroot. De ondernemers van Étoui maken unieke en kwalitatieve toiletzakken en etuis uit oude staalboeken die op het einde van het seizoen anders zouden worden weggegooid.

Categorie sociale impact: De onderneming Froezel maakt “froezelschorten” die worden gebruikt in sensorische therapie voor mensen met dementie. Het zijn schorten met allerlei voel-elementen, zakjes of ritsen. Een team van vrijwilligers naait de schorten, de elementen op de schorten komen van gedoneerd materiaal en krijgen zo een tweede leven. Froezel viel de jury op omdat de onderneming met een eenvoudig idee een grote impact kan realiseren.

Categorie groeipotentieel: Cormeum maakt een mini-doozje dat je op je horloge kan bevestigen en waarin je de as van een dierbare kan bewaren en meedragen. De studenten werken samen met een ontwerper en een juwelier om dit ontwerp te realiseren.



Step-Up



Neos vzw lanceert de FOERT-campagne

Om het imago van oud(er) zijn op te krikken, roept Neos massaal op om Foert, ik ben oud, en dan? te zeggen.



UNIZO verwelkomt nieuwe Vlaamse knelpuntpremie

De knelpuntpremie is een extra instrument om de groep niet-be-roepsactieven zonder uitkering naar de arbeidsmarkt te trekken.



Uitbreiding EPC-plicht vanaf 1 mei 2023

Vanaf 1 mei 2023 is een energieprestatiecertificaat (EPC) verplicht bij alle vormen van notariële overdracht, dus niet enkel bij verkoop, verhuur, erfpacht en opstalrecht. Het gaat over overdrachten in volle eigendom, zowel overdrachten van een onverdeeld aandeel als van het geheel. Deze uitbreiding van de EPC-plicht is van toepassing op authentieke akten verleden vanaf 1 mei 2023, zowel voor residentiële als voor niet-residentiële gebouweenheden. Meer info via <https://www.vlaanderen.be/energieprestatiecertificaten-epcs>





“Wat mij vooral
interesseerde was
dat mechanisme
van hoe je een
eigen zaak opstart
en uitbouwt.”

Karen Dendas, inspirator en mentor voor ondernemers

“Je bent het verschuldigd aan je klanten en je medewerkers om misbaar te zijn.”

Tot zes jaar geleden hakte tech-ondernemer Karen Dendas zélf alle grote en minder grote knopen binnen haar bedrijf door. Om de man met de hamer voor te zijn, gooide ze haar manier van werken echter volledig om. In haar nieuwe boek, YOLOpreneur, geeft ze ondernemers een broodnodige leidraad om hetzelfde te doen.

Interview: Lucas Medaer – Foto's: Niki Verding

Karen Dendas weet van aanpakken. Haar ondernemersverhaal startte al op de schoolbanken, toen ze amper twintig jaar was. Nadat ze haar levenspartner had leren kennen, stichtten de twee samen het IT-bedrijf Datalink, met hoofdzetel in casa mama. “Acht maanden nadat Danny en ik elkaar hadden leren kennen, hebben we onszelf verloofd, maar ook meteen ons btw-nummer aangevraagd”, lacht Karen. Hadden we al gezegd dat Karen van aanpakken weet?

Geleidelijk aan groeit Datalink. Met hun bedrijf wilden Karen en Danny vooral kmo's ondersteunen die hun IT-omgeving veiliger wilden maken. Maar als jonge twintigers zonder netwerk is dat geen evidentie. Daarom besloten de twee om eerst een fysieke winkel te openen, waar vooral particulieren over de vloer kwamen. Die particuliere klanten maakten reclame voor Datalink bij hun werkgevers en zo ging de B2B-bal aan het rollen. Een groter pand, een eigen brand en de eerste aanwervingen volgden. “Op die manier zijn we elk jaar blijven groeien, hebben we ook elk jaar omzet- en winstgroei gehad, maar op een rustige manier. Het is niet zo dat we onszelf voorbij liepen.”

Wanneer we voor haar zitten, schiet ons te binnen dat Karens definitie van 'rustig' wel eens grondig zou kunnen verschillen van die van de modale mens. Karen is namelijk één van die unieke figuren vol passie die je meteen kan meetrokken in haar enthousiasme. Het soort persoon ook dat uren voor de computer kan zitten en vergeet om te gaan slapen. Of die persoon die -zoals ze in haar boek schrijft- berichtjes krijgt van vrienden met de vraag of ze nog leeft. Gekscherend bedoeld, uiteraard, maar het schetst wel een beeld.

Karen: “Kijk, ik ben opgegroeid in een ondernemersnest. Dus van thuis uit heb ik altijd geleerd dat wanneer je kiest voor een eigen

Datalink: een meeting of the minds

Het verhaal van Datalink toont vooral hoeveel baat een bedrijf heeft bij mensen die elkaar aanvullen. Voordat ze haar partner leerde kennen, had Karen immers niet bepaald een passie voor cyber. Zij studeerde grafische vormgeving. “Danny is een technische, analytische ondernemer, gespecialiseerd in cyberveiligheid. Het kriebelde bij hem echt al op de schoolbanken om daar iets mee te gaan doen. Ik, daarentegen, ben een heel creatieve ondernemer. Ik zie veel potentieel. Ik heb ook altijd heel veel ideeën en heb een oog voor hoe we zaken groter kunnen maken. Toen ik Danny net had leren kennen en zag hoe hij foldertjes maakte met Word-Art, dacht ik ‘Ja, hier kunnen we zoveel meer mee!’” (lacht) “Wat mij vooral interesseerde was dat mechanisme van hoe je een eigen zaak opstart en uitbouwt. Ik heb mijn studies dan ook niet afgemaakt. Waarom nog twee jaar op de schoolbanken zitten, als je zelf echt iets concreet kan gaan doen?”



De altijd onmisbare ondernemer: een Vlaams probleem?

Uit een onderzoek van Statbel blijkt dat ondernemers gemiddeld 50 uur per week werken. Voor ondernemers met personeel valt dat cijfer zelfs nog iets hoger uit: 55 uur per week. Hebben Vlaamse ondernemers een probleem met loslaten?

Karen: "Heel veel ondernemers vinden het fijn om successen te boeken en die aan zichzelf te kunnen toeschrijven: het voelt goed als je ergens hard voor hebt gewerkt en achteraf goede resultaten kan voorleggen. Niet elke ondernemer is dezelfde. Sommigen willen bijvoorbeeld wel misbaar zijn, maar hebben, als het puntje bij paaltje komt, moeite met loslaten. Anderen hebben dan weer die vastgeroeste overtuiging dat ze niet misbaar *kunnen* zijn. Zoals: 'Wat ik zelf doe, doe ik beter' of 'Het personeel is niet zo gemotiveerd als ik, dus dat geeft nooit dezelfde kwaliteit'. Maar altijd heeft dat te maken met je eigen mindset, die je eigenlijk perfect kunt shiften om mensen net meer te laten schitteren in wat zij goed doen."

zaak, je ook automatisch kiest voor hard werk. En ik vind dat ook helemaal niet erg. Dat is ook gewoon leuk, zeker in het begin: je begint vanuit niets aan iets te bouwen, je hebt je spaarcenten daarin gestoken. Wanneer dat begint te draaien en er begint omzet te komen, geeft je dat alleen maar energie om nóg harder te werken."

"Ook speelt de transitie van B2C naar B2B mee: wanneer je voor particulieren werkt en je bent even onbereikbaar, dan is dat een probleem voor één persoon. Als je voor

bedrijven werkt, dan kan jouw afwezigheid al snel 50 mensen treffen."

» Wanneer heb je toch besloten dat het anders moest?

"Die drang om altijd bereikbaar te blijven, leidde ertoe dat we op vakantie stevast nachtvluchten namen om toch maar geen telefoons of dringende mails te missen. Onze koffer stak ook steeds vol met computers en laadkabels. Dat leidde al wel eens tot een vragende blik van een douanier. (lacht) We zaten dus eigenlijk in een soort gouden

kooi: we hadden een eigen succesvol bedrijf, maar we hadden onszelf ook wel vastgezet."

"Het echte besef kwam er een jaar of zes geleden, toen we op reis waren in Dubai. Daar beseften we plots dat we altijd achter onze computer zaten en geen enkel moment meer echt voor onszelf hadden. Toen heb ik wel beslist dat het anders moest."

» En dat is ook gelukt: je bent een 'misbare' ondernemer geworden. Leuk voor de ondernemer natuurlijk, maar heeft ook het bedrijf daar baat bij?

"Er zijn veel voordelen. Door je team bijvoorbeeld meer autonomie te geven, geef je hen meer kansen om mee te denken en kunnen er veel meer creatieve, vernieuwende initiatieven ontstaan. Maar veel hangt ook af van waar je met je bedrijf naartoe wil. Als je misbaar bent, is het veel makkelijker om een volgende generatie aan boord te brengen en haar ding te laten doen. En een bedrijf dat helemaal draait volgens een systeem waarin de oprichter niet meer essentieel is, is doorgaans eenvoudiger te verkopen dan een bedrijf waarin de ondernemer zelf nog allerlei uitvoerende taken op zich neemt. Een systeem dat op zichzelf staat is tot slot ook veel makkelijker te franchisen."

"En het is niet omdat je er veel baat bij hebt om misbaar te kunnen zijn, dat je dat ook

“Als ondernemer heb je tientallen petjes op en zet je er altijd maar weer nieuwe op, ook al passen die eigenlijk niet bij je.”

altijd *moet* zijn. Er is niets mis met actief te willen blijven binnen je onderneming. Maar je bent het wel verschuldigd aan je medewerkers en aan je klanten dat ze verder kunnen wanneer jij bijvoorbeeld in het ziekenhuis ligt.”

» In jouw boek schuif je het HERO-model naar voren als blueprint om zelf misbaar te worden. Wat houdt dat juist in?

“Als ondernemer ben je dikwijls de held van je firma, maar het is dus de kunst om ervoor te zorgen dat de mensen waarmee je je omringt de echte helden worden. En om dat stapje terug te zetten heb je vier dingen nodig om operationeel misbaar te zijn.

“Eerst en vooral moet je een helicopterview van je onderneming nemen. Zolang je met twee voeten op de werkvloer staat en nooit eens een keertje terug stapt om een totaalbeeld te nemen, zal je heel veel blinde vlekken blijven hebben. Zo’n helicopterview kan je perfect opdoen tijdens een workcation. “Vervolgens kijk je naar welke rol jijzelf wil spelen binnen je bedrijf. Als ondernemer heb je tientallen petjes op en zet je er altijd maar

weer nieuwe op, ook al passen die eigenlijk niet bij je. Welke taken zuigen je energie weg en welke geven je net energie? Je moet dus goed afbakenen welke petten voor jou zijn en welke voor iemand anders. En als je je medewerkers eigenaarschap geeft over een bepaald thema en je geeft hen dan vertrouwen, dan motiveert hen dat ook.”

“Daarna is het belangrijk om alles vast te leggen in richtlijnen. Zo’n neergeschreven procedure vormt een back-up waarop je medewerkers kunnen terugvallen, maar laat hen tegelijkertijd voldoende ruimte om een taak met eigenheid uit te oefenen. Je kan ook werken met checklists, waarmee je snel in herinnering kan brengen hoe een bepaalde opdracht uitgevoerd moet worden.”

“Tot slot kan je gebruik maken van ondersteunende tools. Zorg ervoor dat je je proces zoveel mogelijk automatiseert. Dat klinkt allemaal heel evident, maar als wij langs gaan bij ondernemers, is het verrassend hoeveel taken er nog geautomatiseerd kunnen worden, zelfs via software die ze op dat moment al gebruiken!”

» Het valt op dat je een bedrijf echt als een systeem beschouwt. Je hebt het ook vaak over processen. Beïnvloedt de IT-sector de manier waarop jij naar ondernemingen kijkt?

(lacht) “Toch wel. Dat is inderdaad de invloed van al 15 jaar in de IT-sector te werken. Wij zijn natuurlijk gewoon om heel procesmatig te denken en met beleid te werken. Niet alleen geschreven beleid, maar ook IT-politici, zoals ‘Wat mag een gebruiker wel en niet doen?’, ‘Waar moet een gebruiker aan kunnen?’. Dus dat procesdenken zit echt wel in onze natuur. Wat ik de lezer met mijn boek YOLOpreneur wil bijbrengen is dat die manier van kijken ook toepasbaar is op andere sectoren en procesmatig werken een groot winnend verschil kan bieden voor kmo’s.

Het HERO-model in het kort

Karen zweert bij checklists. Zo ben je snel mee met hoe je een taak best uitvoert. Wij proberen die tactiek al eens uit om je kort en krachtig uit te leggen hoe je het HERO-model in de praktijk brengt.

Helicopterview: Wat zijn de belangrijkste processen die sowieso moeten blijven doorlopen wanneer ik er zelf niet ben?

Eigenaarschap: Wat is mijn ideale rol als ondernemer? Welke activiteiten wil ik zelf blijven doen en over welke activiteiten geef ik het eigenaarschap aan iemand anders?

Richtlijnen: Volgens welke procedure moet een taak in de toekomst verlopen?

Ondersteunende tools: Welke processen kunnen geautomatiseerd worden?

Ontdek meer over Karen’s boek:



Karen is ook één van de tien topsprekers die klaarstaan om op woensdag 29 november 2023 in het Oostendse Kursaal hun fascinerende inzichten met jou te delen op het Topseminar van UNIZO.

Geniet van de Early Bird actie!
Schrijf je in vóór 1 augustus 2023 en ontvang gratis onze trolley met de tien managementboeken t.w.v. €350!

TOPSEMINAR
Een initiatief van UNIZO





**Een goede partner voor je energie,
da's essentieel. Zowel voor je zaak als
voor je mobiliteit.**

Al 20 jaar is Luminus je partner voor alles wat met energie te maken heeft bij je thuis en in je zaak. En vanaf nu ook voor je mobiliteit. Onze experts adviseren je – rekening houdend met je elektrische installatie en voertuig – inzake laadoplossingen en plaatsing. Daarnaast stellen ze je intelligente oplossingen voor om controle te houden over je verbruikspieken en zorgen ze voor een gesplitste facturatie. Je krijgt toegang tot een uitgebreid netwerk van laadpalen in heel Europa om je wagen op te laden. Zo kan je telkens met een gerust hart de weg op en ben je zeker dat je de juiste keuzes maakt voor de toekomst.

Meer info op elektrische-mobiliteit.luminus.be



Samen maken we het verschil.



Links: Tine De Sauter,
rechts: Eva De Sauter

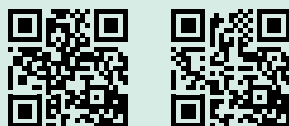
Klaar voor de start: **Ready? Set... Go!**

Starters zijn, volgens gedelegeerd bestuurder Danny Van Assche, de injectie van vers bloed die we nodig hebben om onze economie jaar na jaar te laten draaien: “Zij zorgen voor innovatie, creatieve ideeën en spelen in op nieuwe maatschappelijke trends.” Tijd dus om eens dieper in te gaan op dit onderwerp. In dit dossier verdiepen we ons in de meest recente cijfers van de Startersatlas die UNIZO, UCM en GraydonCreditsafe jaarlijks opstellen.

Tekst: Babette Plessers - Foto: Dann, KNUSS

Deze cijfers worden aangevuld met inzichten van recent gestarte ondernemers. Founders van de nationale Starter van het Jaar 2022 KNUSS, Guillaume Melis en Lowie Vanhoutte, en de zussen achter IR.MA Conceptstore, Eva en Tine De Sauter, geven een inzicht in hun eerste stappen in het ondernemerschap.

De volledige interviews kan je lezen op UNIZO.be via de QR-codes:



Trend: lichte daling in aantal starters

In 2022 en het eerste kwartaal van 2023 werden in België 115.645 nieuwe eenmanszaken en vennootschappen opgericht. Hoewel de trend van startende ondernemers de afgelopen tien jaar in stijgende lijn ging, met een piek in 2021, waagden er in 2022 4.185 (3,5%) minder ondernemers hun kans. “2021 was een zeer goed jaar op startersgebied. Het is dan ook niet verrassend dat er het jaar nadien een lichtere stijging is” duidt Danny Van Assche. De daling komt niet onverwacht. Zo kunnen de explosie van energie-, grondstoffen- en loonkosten potentiële starters afschrikken. “Het is natuurlijk afwachten wat 2023 verder brengt. Het belang van starters mag zeker niet onderschat worden. We moeten nauwlettend toezien dat onze startermotor niet sputtert”, gaat Danny verder.

Ondanks het moeilijke klimaat, zijn er toch starters die de sprong wagen. Eva De Sauter van IR.MA Conceptstore bijvoorbeeld: “Toen mijn werksituatie veranderde tijdens COVID wist ik vrij snel dat ik de stap naar zelfstandige wilde zetten. Een vriend van me raadde me toen de springplank naar zelfstandige aan. Hij gaf ook de tip om de Startersroadshow van UNIZO bij te wonen omdat je daar veel informatie kon vergaren.” Zus Tine gaat verder: “We waren ergens wel bang om te starten als zelfstandige in deze tijd. Maar ik denk dat dit succes deels te wijten is aan de begeleiding van UNIZO die Eva volgde, en deels door de ondersteuning die we van onze omgeving krijgen. Als je die twee aspecten aan jouw kant hebt, dan kan het toch bijna niet mislopen?” (lacht) Eva pikt in dat ze bij de start altijd zijn uitgegaan van een worst casescenario: “Met de boekhouder hebben we toen besloten dat we het niet te groots zouden zien. Het is veel beter uitgedraaid dan we ooit gedacht hadden.”

Trend: sectoren

De meeste starters (39,7%) zien we, net als voorgaande jaren, in de dienstensector. Het populairst zijn hierbij de zakelijke diensten en immobiëlen. Daarnaast vertegenwoordigen ook de vrije beroepen een groot aandeel van de startende ondernemers (16,2%). Medische beroepen zijn hier het sterkst vertegenwoordigd. De top vier wordt gesloten door de bouwsector en detailhandel, met een respectievelijk aandeel van 13% en 7,7%.

Behalve in deze vier grote groepen, starten er natuurlijk ondernemers in alle sectoren van onze economie. Zo ook Guillaume Melis en Lowie Vanhoutte. Zij wonnen met KNUSS de Starter van het Jaar 2022 award. Als ambassadeurs voor starters het komende jaar willen ze startende ondernemers stimuleren en ondersteunen. Lowie: “Ik zou graag het ondernemen bij creatieve starters aanmoedigen. In de creatieve sector is het niet gemakkelijk om de stap te zetten. Vaak worden er goeie ideeën weggeschoven, niet onderzocht of niet to-market gebracht omdat ze te abstract lijken.” Guillaume voegt toe dat ook student-ondernemers hun focus verdienen: “Er zijn heel veel studenten die willen ondernemen, maar niet weten hoe of wat. Wij zijn zelf ook begonnen als student en wij kunnen nu dus hopelijk jonge mensen nog meer engageren en helpen om de stap te zetten naar het ondernemerschap.”

Trend: “7% van de starters in 2022 stelt personeel tewerk”

Met personeel sta je sterker, maar het is een grote stap voor startende ondernemers. Je moet verschillende formaliteiten vervullen en voldoen aan enkele verplichtingen voor je jouw eerste stappen als werkgever kan zetten. Toch namen van alle nieuw opgerichte ondernemingen in 2022 al 7,1% minstens één

medewerker in dienst. 6,4% nam 1 tot 4 medewerkers in dienst en 0,7% zelfs 5 of meer.

Bij IR.MA Conceptstore is dat nog niet het geval. Eva: “Ik vind dat een grote stap, eigen personeel aannemen. Dat zal echt wel een wow-moment zijn. Op dit moment willen we nog niets afstaan aan andere mensen.” Tine pikt meteen in: “Op dit moment wringt het nog om iemand aan te nemen. We willen ons kindje nog niet uit handen geven. Wanneer we personeel hebben, zullen we natuurlijk zelf ook blijven verder werken, maar dan kunnen we ons concentreren op andere dingen, zoals bijvoorbeeld het uitbouwen van een tweede zaak en onze freelance-carrières.”



Ook Guillaume (staand) en Lowie (zittend) dromen van personeel in de toekomst. Guillaume: “Binnen 10 jaar hoop ik dat we een gevestigd bedrijf zijn in Vlaanderen, een bedrijf waar personeel graag werkt, waar een goeie werksfeer is, en waar Lowie en ik kunnen inzetten op producten waar warmte als beleving op de eerste plaats staat.” Lowie pikt in: “We zouden in de toekomst inderdaad graag bijvoorbeeld onze montage

uitbesteden. We willen daarvoor graag samenwerken met een maatwerkbedrijf.”

Startkapitaal & leningen

Starten als zelfstandige brengt vaak een prijskaartje met zich mee. Heb je geld nodig voor de aankoop van producten of voor jouw research en development, dan kan je als starter vaak beroep doen op financiële ondersteuning. Ook als je voor jouw zaak op zoek bent naar externe financiering, is het belangrijk om toch ook een deel eigen inbreng te hebben. Dit toont dat je als ondernemer vertrouwen hebt in het slagen van je project én dat je bereid bent er (berekende) risico's voor te nemen.

Lowie (KNUSS): “Als startkapitaal hebben we eerst en vooral ons eigen spaargeld geïnvesteerd. Maar omdat we een product maken, hebben we natuurlijk veel meer geld nodig dan enkel startkapitaal. Je hebt geld nodig voor research en development, productontwikkeling en productie.”

Als starter heb je verschillende financieringsmogelijkheden. Zo kan je in aanmerking komen voor startfinanciering bij de bank, maar kan je ook beroep doen op de win-win-lening van PMV – ook wel de Family, Friends and Fans genoemd – of de Startlening van PMV.

Eva (IR.MA Conceptstore): “Tijdens de Startersroadshow van UNIZO heb ik informatie gekregen over de verschillende opties voor leningen. Als je een winkel wil starten heb je best wat startkapitaal nodig. Wij hebben gekozen om een win-winlening af te sluiten. Dat is eigenlijk een heel eenvoudige manier, omdat je iemand die je goed kent kan aanspreken. Wij zijn gaan aankloppen bij onze ouders.” Volgens Tine was de info die UNIZO verschaftte cruciaal: “Het was voor ons echt een eyeopener.”

Ook heb je de mogelijkheid om via crowdfunding of crowdlending je eerste stappen in het ondernemerschap te zetten. Je kan ook inzetten op investeerders of subsidies.

Altijd versterking binnen handbereik!

Met de Extra diensten van KBC gaat je zaak écht vooruit.

kbc.be/ondernemen/extradiensten



Lowie (KNUSS): "Voor de financiering van ons eerste product, de verwarmde poef 'Hot Dotty', werken we samen met meubelfabrikant Roolf Living. Het voorschot op de eerste bestelling heeft ervoor gezorgd dat we onze technologie konden ontwikkelen. Eigenlijk is dat wel belangrijk als starter, zo'n eerste klant." Guillaume haalt aan dat KNUSS op dit moment ook bezig is met het indienen van een VLAIO-subsidiedossier: "Dat is belangrijk voor het patenteren van onze technologie, maar ook voor het ontwikkelen van nieuwe producten." Lowie voegt nog toe dat ze ook op zoek zijn naar een investeerder: "Smart money om het zo te zeggen. We zoeken echt iemand die niet alleen wil investeren, maar ook kennis kan delen die wij niet hebben. Zowel Guillaume als ik zijn productdesigners. We merken echt dat we kennis missen op bepaalde vlakken, bijvoorbeeld als het gaat over financiële zaken, maar ook marketing of connecties binnen de meubelindustrie. We kunnen dus wel een investeerder gebruiken die zich bij het verhaal van KNUSS voegt."

Ondersteuning

Hoewel de economische en geopolitieke situatie het geen enkele ondernemer gemakkelijk maakt, zou onze economie stilvallen zonder voldoende nieuw ondernemersbloed. UNIZO wil startende ondernemers alle kansen bieden door hen goed voor te bereiden en te ondersteunen. Danny Van Assche legt uit: "Dat doen we het hele jaar door met onze starterswerking. We begeleiden starters en prestarters." Hij gaat verder dat veel potentiële ondernemers de weg vinden naar de waaier aan informatie die op het startersplatform te vinden is: "Maar de laatste stap, de échte stap, wordt iets minder gezet. Starters zijn duidelijk afwachting om hun plannen in werkelijkheid om te zetten."

Eva (IR.MA Conceptstore) ontdekte het UNIZO-startersaanbod op een Startersroadshow. Ze besloot zich daar meteen in te schrijven voor een traject starten: "Ik had vooral nood aan iemand

die met mij de stappen overliep die ik moest zetten om zelfstandige te worden. Ik had eigenlijk heel veel, vooral algemene, vragen. Samen met de coach heb ik het vage concept omgezet in een concreet idee waardoor ik meer en meer overtuigd raakte om de stap naar ondernemerschap te zetten." Tine voegt nog toe dat het businessplan en het financieel plan dat UNIZO aanbiedt via het Startersplatform echt geweldig zijn: "Ik vond dat alles daar echt heel duidelijk mee werd. Ik heb die tools zelfs al aangeraden aan vriendinnen die ook willen starten met ondernemen."

Lowie (KNUSS): "Aan het begin van het KNUSS-avontuur kregen we via Expedition DO! begeleiding van Tom Van Damme. We hebben veel van hem geleerd en voelden ook dat we dat echt nodig hadden. Zo'n coach tijdens het starttraject is echt een

meerwaarde. Je moet accepteren dat je niet in alles even goed bent en dat je raad moet vragen aan iemand of een taak door iemand anders moet laten uitvoeren. Net om die reden hebben we meegedaan aan Start it @KBC. Hierdoor hebben we toegang tot verschillende mentoren die expertise hebben op elk denkbaar gebied. Het is echt belangrijk om iemand te hebben met meer expertise dan jezelf. Na dit traject zullen we ongetwijfeld opnieuw op zoek gaan naar een coach." Guillaume vult aan: "Ik denk dat KNUSS er niet zou geweest zijn zonder de coaching van Expedition DO! en Start it @KBC. Ook het vertrouwen van verschillende andere ondernemers, waaronder Roolf Living, was heel belangrijk. Zonder hen hadden we nooit gestaan waar we nu staan."

Krijg jij na al dit ook goesting om te starten?

UNIZO blijft inzetten op startende ondernemers en mensen die dromen om zelfstandige te worden. Daarvoor biedt het verschillende tools.

- Zo organiseert UNIZO een begeleiding voor startende ondernemers om hen te ondersteunen in hun opstart. Bij het Begeleidingstraject Starten krijg je de hulp van een ondernemerscoach die als klankbord fungeert en je een zal helpen bij het opstellen van een geweldig financieel en businessplan.
- UNIZO biedt ook in samenwerking met Liantis een gratis Startersgids aan. Hier kan je in verschillende stappen lezen welke stappen je moet doorlopen om een vliegende start te nemen met jouw zaak of praktijk.
- Op het UNIZO Startersplatform kan je jouw businessplan opmaken. Je krijgt er via tools, video's en podcast bovendien ook informatie en inspiratie om van jouw plan een succes te maken.



Wil jij alle cijfers uit de Startersatlas 2023 een grondig uitpluizen? Dat kan via interessante downloads op unizo.be/starters

Van sociaal secretariaat veranderen doe je ~~niet~~ voor je plezier.



LIANTIS IS ZOVEEL MEËR DAN EEN SOCIAAL
SECRETARIAAT. ALS COMPAGNON DE ROUTE
REIKEN WE JOU OP ELK MOMENT DE GEPASTE
OPLOSSING AAN. VAN NAUWGEZETTE LOON-
ADMINISTRATIE EN HR-DIENSTEN OP MAAT
TOT EEN DUURZAAM PREVENTIE- EN WELZIJNS-
BELEID, LIANTIS IS ER OM JOU HET LEVEN
AANGENAMER TE MAKEN.

ONTDEK WAT WE VOOR JOU KUNNEN
BETEKENEN OP LIANTIS.BE.

liantis

samen werkt.



Carl Van Dyck
Directeur UNIZO
provincie Antwerpen

Stop met verbeteren, start met veranderen.

Zou ik nu eens gebruik maken van ChatGPT of toch beter zelf maar aan de slag gaan. Wat we zelf doen, doen we beter. Een credo waarmee ik ben opgegroeid maar dat, geef ik toe, ook al wel wat ontgoochelingen heeft opgeleverd. Als klusjesman in huis bijvoorbeeld. En politiek? Zijn we vandaag als Vlaanderen de bakens écht aan het verzetten? Springen we vandaag slim genoeg om met onze eigen bevoegdheden? Mogen we ons daar vragen bij stellen? Alles kan beter. Een doodoener. Maar is de tijd van verbeteren niet gepasseerd? Moet het niet vooral anders? Leve de verandering!

En hoeveel veranderingen heb jij al in je leven doorgemaakt? En is elke verandering ook een verbetering? En mag je elke verandering nog kritisch benaderen of moet je maar gewoon meedoen om er te kunnen bij horen? Ja, ik blijf me nog steeds verbazen over hoe moeilijk we omgaan met verandering. Waarom het glas meer half leeg is dan wel half vol. De focus altijd op de problemen gericht en zelden op de mogelijkheden. Zou het kunnen te maken hebben met gebrek aan verbeeldingskracht en/of inlevingsvermogen? Mee durven gaan in de denkwereld van iemand anders. Is dat meeloper zijn of ontdekkingsreiziger? Het ontdekken van nieuwe en andere denkbeelden. Verschillen versterken. Toch? Iedereen die ooit in een team gesport of gewerkt heeft, weet dat dit waar is. Een goeie teamleider maakt net gebruik van die verschillen om van een team een geoliede machine te maken. Een gemeenschappelijk doel zet de neuzen in dezelfde richting. Eigen belang ondergeschikt aan groepsbelang. Start gezond leiderschap of eerlijk staatsmanschap niet veeleer bij luisteren dan bij profileren? In tijden van hyperindividualisme ligt dit misschien wat moeilijk. Polarisering is troef en de nuance de pineut?

“Een verandering die ook verbetering inhoudt, moeten we omarmen.”

Nee, je bent niet in een filosofisch tijdschrift beland hoor. Het is nog altijd UNIZO Magazine. Maar als het tegen elkaar opzetten van groepen méér begint te lonen dan het zoeken naar een compromis, hebben wij, ondernemers, de economie, de politiek, kortom de maatschappij een probleem. Economie is per definitie de zoektocht naar een evenwicht tussen vraag en aanbod. Handeldrijven gaat over deals sluiten. Een compromis. En ja dat compromis wordt steeds mooier én rijker. Maatschappelijke relevantie, duurzaamheid, circulariteit worden steeds belangrijker in onze economie. En dus ook in jullie deals. Een verandering die ook verbetering inhoudt, moeten we omarmen. We hebben naar jullie geluisterd, gingen samen op reis, hebben jullie bevestigd. Daarom dat we met UNIZO provincie Antwerpen een aanbod ontwikkelen dat jullie doorheen deze verandering kan loodsen. Klankbord, opleiding, begeleiding, community en zelfs een reststromenbibliotheek zetten we in de markt. Ik ben trots dat we dit met ons team aan jullie kunnen aanbieden. Heb je hierover vragen, wij luisteren graag.

Mail ons: provincie.antwerpen@unizo.be

Tijdens haar groeitraject ontdekte Kim Vandeloo waar ze naartoe wil met haar bedrijf Drama

“Ooit vond ik doelstellingen beperkend, maar nu juist bevrijdend”

Kim Vandeloo is een creatieve duizendpoot die haar kracht en skills inzet voor projectmanagement in events, organisatie en communicatie. Twaalf jaar geleden zette ze al de stap richting zelfstandigheid met haar bedrijf Drama, vorig jaar ging ze de uitdaging aan om verder na te denken over haar groei en ambities. Ze werd lid van een UNIZO-werkgroep en begon daarnaast aan een UNIZO-traject Strategie & Groei. Vandaag vertelt ze hoe ze die ontdekkingsreis ervaart en welke kennis ze inmiddels rijker is.

Tekst: Annelies Plugge (ZINNIG) – Foto's: Luc Daelemans

Het pad richting je professionele bestemming is zelden recht door. Zo ook voor Kim. Ze proefde van een aantal jobs binnen de PR en communicatie. “Het ene bedrijf biedt wat meer structuur dan het andere, maar er zit ook verschil in hoe persoonlijk je je werk mag aanpakken en de vrijheid die je krijgt”, vertelt Kim. “Dus na een tijdje koos ik ervoor om mijn eigen weg in te slaan en freelancer te worden. Mijn werkterrein evolueerde van PR naar communicatie en vervolgens naar organisatie, logistiek en evenementen. Vandaag voorzie ik projectmanagement bij evenementen, productie en communicatie, vooral in de niches van kunst, design en cultuur.” Om die reden werd Kim twee jaar geleden gevraagd om een keer mee te helpen in de organisatie van een UNIZO-event. Dat leidde tot meer. Ze werd lid én besloot zich in te schrijven voor een werkgroep, samen met bevriende collega-ondernemers.

Praktische antwoorden

Tijdens de werkgroep ontdekte Kim dat de begeleiding van UNIZO eigenlijk heel

praktisch was. “Ik dacht vroeger vaak dat zulke sessies heel theoretisch waren, maar het omgekeerde bleek waar. Tijdens de werkgroep ben je bezig met jouw persoonlijke groei als ondernemer. Je werkt samen oefeningen uit en bespreekt je vooruitgang en visie. Ik merkte dat ik zeker nog kon groeien op het vlak van financieel inzicht en vroeg daarom een traject aan bij Ignace Van Oortegem. Uit ons intakegesprek bleek dat ik het beste voor Strategie & Groei koos, en zodoende.” Ze ervaarde de begeleiding meteen als heel boeiend. “Ignace kijkt objectief over je schouder mee en brengt onnoemelijk veel ervaring met zich mee. Met zo iemand sparren helpt je direct om je onderneming met andere ogen te bekijken.”

Eyeopeners

Aan de andere kant van de gesprekstafel ervaarde Ignace dat Kim een heel toegankelijke persoon is die weet wat ze kan. “Een van de kwesties die naar voren kwam, is of ze er goed aan zou doen om personeel aan te nemen”, vertelt Ignace. “In principe zou dat

prima kunnen, maar Kim werkt graag autonoom. Dat soort zaken hebben we samen uitvoerig overlopen. Ook welke contacten ze moest leggen om in haar niche zo efficiënt mogelijk te werken. En wat de overschakeling van freelancer naar een besloten vennootschap praktisch en financieel voor haar betekende. Daarnaast heb ik haar gestimuleerd om stil te staan bij wat ze doet, waarom, en of dat wel aansluit bij haar doelstellingen.” Een eyeopener voor Kim, want doelen stellen was voor haar altijd een uitdaging. Totdat ze er écht de tijd voor nam.

Kim: “Toen ik er eenmaal dieper over na ging denken, besepte ik dat ik soms keuzes maak die niet bijdragen aan waar ik met Drama naartoe wil. Op die manier kun je selectiever worden en bewuster aan de slag gaan. Je eigen visie beter leren kennen is iets waar je regelmatig aan moet werken.”

Investeren in jezelf

Een andere les die Kim leerde? “Geloven in mijzelf als ondernemer”, lacht ze.



“Ignace heeft me aangemoedigd om niet te klein over mezelf te denken. Een freelancer is niet minder waard dan iemand met een groot bedrijf. Ook ik ben een ondernemer, alleen heb ik geen groot pand gekocht en geen mensen in dienst. En dat is oké. Ik zet mij met hart en ziel in voor mijn klanten en doe mijn werk heel graag. Toespitsen op dat wat ik het liefste doe, is altijd beter dan onnodig hard doorgroeien. Succes ziet er voor iedereen anders uit. Kwaliteit boven kwantiteit, dat is in mijn geval het motto.”

Begeleidingstraject Strategie & Groei

Wil je graag meer info? Scan onderstaande QR-code en schrijf je in!



Kim Vandeloo

Future Forward: Ontdek de digitale toekomst van jouw bedrijf

Uit een UNIZO-onderzoek in samenwerking met onderzoeksbureau Imec blijkt dat amper de helft van de Vlaamse kmo's voldoende digitaal fit is. Nochtans wordt onze maatschappij steeds digitaler, net als vele (internationale) concurrenten. Hoog tijd dus voor Future Forward, een evenement over digitalisatie dat op 8 juni zal doorgaan in Technopolis te Mechelen. Het doel? Kmo-ondernemers warm maken om stappen te zetten naar meer digitalisering. Want elk bedrijf hééft een digitale toekomst.

Tekst: Antony Samson (Samson schrijft)

Peter Bertels

Voor Future Forward heeft UNIZO provincie Antwerpen mooie namen kunnen strikken. Innovation Booster Peter Bertels van Norsu zal een inspirerende keynote geven en de workshop 'innovatie door digitalisatie' in goede banen leiden.

Peter, hoe is het gesteld met de digitale maturiteit van onze ondernemers?

"Wel, uit de studie van UNIZO en Imec blijkt dat het niet zo goed gaat met de digitale maturiteit van onze ondernemingen. Veel ondernemers hebben wel gehoord over digitalisatie, maar ze doen er weinig mee. Toch moeten ze die stap zetten.

Onze maatschappij digitaliseert en de concurrenten van onze Vlaamse ondernemers ook. Kijk maar naar internationale webwinkels. In Vlaanderen zijn wij daar later mee gestart. Gelukkig zie ik steeds meer inspirerende praktijkvoorbeelden die het tegendeel bewijzen. Voorbeelden die ik met plezier zal delen tijdens Future Forward."

Wat is volgens jou de drempel voor ondernemers?

"Bij veel ondernemers heerst de gedachte dat digitale technologie te complex is voor hun bedrijf, omdat ze geen technologische producten verkopen of programmeren. Maar digitale innovatie gaat niet alleen over technologie. Het is een middel om dingen mogelijk te maken: webshops, CRM-systemen, online advertenties, procesoptimalisatie ... Er zijn vele manieren om je bedrijf vooruit te helpen via digitalisatie en zo een voorsprong te nemen op je concurrentie."

"Pglas is daar een mooi voorbeeld van. Het is geen hoogtechnologisch bedrijf, maar het heeft via digitalisatie wel een manier gevonden om automatisch offertes te genereren voor mensen die glas op maat wensen. En dat op basis van afmetingen die ze zelf doorgeven. Op die manier krijgen ze een juistere prijs en moeten ze geen weken wachten op een offerte. In de bouwsector is dat een belangrijk concurrentieel voordeel. Eigenlijk komt innovatie vaak neer op klantgericht werken, waardoor je de klant ook beter bindt aan je merk.

Is digitaal innoveren voor iedereen?

"Ik denk het wel, want de mogelijkheden zijn eindeloos. Zodanig zelfs dat een innovatie een gamechanger kan zijn die wereldwijd ons leven beïnvloedt. Kijk naar Google. Het woord googelen in de

betekenis van 'opzoeken op het internet' heeft het geschopt tot begrip in de Dikke Van Dale. Plots komt daar een technologie als GPT-4, een technologie die Artificiële Intelligentie op een ingrijpende manier verbeterd. Microsoft heeft dit geïntegreerd in Bing en steekt Google op die manier de loef af. Wel, dat kan in eender welke sector. Om je een voorbeeld te geven: mensen zijn meer dan ooit met hun gezondheid bezig. Er bestaan apps die zeggen wat je moet eten en hoeveel je moet bewegen. Maar welke bakker biedt vandaag gepersonaliseerd brood aan op basis van specifieke voedingsstijlen, gelinkt aan een app of hun website? Ik denk niet één. Is het dan een goed idee? Ik weet het niet, maar elke onderneming kan voor zijn product of dienst de denkoefening maken."

De klant beter serviceren is belangrijk. Maar die klant moet jouw bedrijf natuurlijk wel kunnen vinden.

"Klopt. Daarom is het ook essentieel om een website te hebben. En dat hoeft helemaal niet veel geld te kosten. Je bedrijfsnaam.be registreren en een mini-website opzetten zodat je online vindbaar bent, is wel een



*Peter Bertels, innovatie-expert & oprichter van Norsu
Keynotespeaker en workshop 'innovatie door digitalisatie'*

“Continuous improvement through never ending progress”

Sam Dierickx

minimum. Verder kan je online ook adverteren op Google en op sociale media om heel gericht de juiste klanten aan te spreken.”

Tot slot: waarom moeten ondernemers naar Future Forward komen, Peter?

“Omdat we de vertaalslag hebben gemaakt van digitalisatie naar de kmo. Het is de bedoeling dat ondernemers naar huis gaan met de goesting en met concrete tips om zich digitaal te wapenen voor de toekomst. Tijdens mijn keynote zal ik het hebben over alle mogelijke buzzwords van digitalisering: AI, augmented reality, blockchain ... en aantonen hoe elke kmo-ondernemer daar concreet mee aan de slag kan. Met welke digitale innovatie kunnen ze hun klanten verder helpen, en daar bijgevolg zelf ook beter van worden. Het antwoord op die vraag bepaalt welke keuzes ze moeten maken. Tijdens mijn workshop zal ik tips en praktijkvoorbeelden aanreiken om digitalisatie te gebruiken als middel voor een meer klantgerichte aanpak.”

Sam Dierickx

Sam Dierickx van Digital Marketing Agency Kingsberry zal tijdens zijn workshop op Future Forward ondernemers handvaten aanreiken om hun online aanwezigheid te optimaliseren tijdens de workshop online marketing.



Sam Dierickx, zaakvoerder Kingsberry
Workshop online marketing

Waarom moet je investeren in online marketing, Sam?

“Met digitale campagnes kan je gericht je doelgroep aanspreken. Dit in tegenstelling tot klassieke media zoals reclame in de regionale krant of op de radio waar je ook altijd voor bereik bij doelgroepen betaald die nooit klant kunnen worden. Ondernemers investeren soms duizenden euro's in klassieke kanalen maar ze weten eigenlijk niet hoeveel van de juiste type mensen ze bereiken. Ze blijven het doen omdat het vertrouwd aanvoelt, bovendien is krant of magazine iets tastbaar, een online advertentie niet en daarom blijft het voor veel ondernemers iets heel abstract. Toch kan je via online marketing veel geld besparen én efficiënter de juiste doelgroep bereiken.”

Dus investeren in online marketing is elke euro waard?

Als je het verstandig aanpakt, bespaar je ten opzichte van de klassieke kanalen. Dat wil zeggen dat je de juiste tools gebruikt en data op een correcte manier interpreteert en 'gebruikt'. Sommige online platformen doen er alles aan om je heel snel te laten starten met of zonder telefonische begeleiding, maar vaak ben je met zo'n snelle start vooral snel je geld kwijt. Bedrijven zoals de onze hebben toch echte experts voor verschillende markten in huis. Continue opvolging en bijsturing is belangrijk, een eenmalige investering op Facebook of via Google ads leidt zelden tot de gewenste resultaten.”

Waarom zou een kmo'er aan 'data driven marketing' doen?

Het gemakkelijkste binnen online marketing is het opdrijven van het aantal websitebezoekers, waar het vaak misgaat is het aantrekken van de juiste bezoekers. “Dankzij data kan je bijvoorbeeld nagaan hoelang bezoekers vanuit een bepaalde advertentie op je website blijven en of ze de weg naar je bedrijf zoeken, direct aankopen of een offerte aanvragen. Zo zie je uit welke advertentiekanaalen en advertentieformaten

de websitebezoekers komen die effectief interesse tonen in je product of dienst. Want niet elke bezoeker is een potentiële klant. Een bedrijf in badkamerrenovatie had ooit geadverteerd via een reclamebanner waarop je de rug van een halfnaakte vrouw zag. Bezoekers werden getriggerd door dit beeld, vermoedelijk om op de website haar voorkant te mogen aanschouwen. Helaas, hun bezoekje op de website duurde bijgevolg maar enkele seconden en er volgden 0,0 aanvragen. Inzetten op data betekent dat je je online aanwezigheid en marketingstrategie steeds kan bijstellen en optimaliseren richting wat het beste werkt voor jouw organisatie. De houding die je dient na te streven in online marketing noemen wij: “Continuous improvement through never ending progress.”

Waarom moeten onze ondernemers jouw workshop volgen?

“Ik ga ondernemers handvaten aanreiken om hun online aanwezigheid optimaal te benutten, met een correct gebruik van data. Ik ga op voorhand hun website, webshop en sociale media bekijken zodat we aan de slag kunnen met concrete cases. We bekijken de do's-en-don'ts en mogelijke valkuilen. Ik wil dat ondernemers naar huis gaan met een mix van tools en inzichten die uiteindelijk zal leiden tot meer trouwe klanten voor hun bedrijf.

Future Forward geeft jou als kmo-ondernemer zicht op de vele voordelen (en valkuilen) van digitalisatie in de breedste zin van het woord. Onze sprekers zijn allen expert in hun digitaal vakgebied. Onze gezamenlijke missie? Jou warm maken voor de digitale toekomst van je bedrijf.

Interesse? Schrijf je in.



Reik verder en verrijk: VLAIO helpt bedrijven innoveren en groeien

Iedere ondernemer heeft ambities. En juist die ambities zijn zo belangrijk om niet alleen een zaak, maar ook de maatschappij te helpen doorgroeien naar een sterke toekomst. Reden te meer voor VLAIO, het Vlaams Agentschap Innoveren en Ondernemen, om zaakvoerders te begeleiden en te ondersteunen in de realisatie van hun innovatieve ideeën. Anke Albregts, Teamcoach Limburg en Bedrijfsadviseur bij VLAIO, vertelt over het succes van de aangeboden trajecten en subsidies.

Al vele jaren investeert de Vlaamse overheid sterk in het succes van bedrijven door middel van het Agentschap Innoveren en Ondernemen. Zaakvoerders kunnen er aankloppen om subsidies aan te vragen en in gesprek te gaan met bedrijfsadviseurs. Anke Albregts is ook bedrijfsadviseur en weet uit eigen ervaring hoe belangrijk deze trajecten voor ondernemers zijn. "Met de markt van vandaag is innoveren, digitaliseren en verduurzamen cruciaal", zegt ze. "En bovendien is het goed voor ondernemers om regelmatig stil te staan bij de vraag: waar wil ik over een aantal jaar staan met mijn bedrijf? Heb ik daar de juiste

kennis voor in huis? Wat verwacht de klant van ons en hoe kunnen we daarin groeien?"

Concrete aanpak

De adviseurs van VLAIO gaan daarom een uitgebreid gesprek aan met elke ambitieuze ondernemer die daar behoefte aan heeft en sturen eventueel aan op een begeleidingstraject. "De eerste stap is altijd luisteren", vertelt Anke. "Dan ontdekken we wat iemands ambities zijn en kunnen we op basis daarvan de markt bekijken. Willen ze een nieuwe markt betreden? Beschikken ze over de kennis en middelen om dat te realiseren, of hebben ze daar ondersteuning in nodig? Zijn er subsidies mogelijk? Willen ze nieuwe producten, verbeterde producten, diensten, processen of businessmodellen

ontwikkelen? Zo werken we samen naar een concrete aanpak toe."

Connecties

Bijkomend voordeel van het innovatietraject? De vele connecties die VLAIO heeft. "Dankzij onze verbinding met partners zoals UNIZO, hogescholen, universiteiten en financierders zijn we altijd in staat om een ondernemer met de juiste personen te verbinden. En we kunnen ondernemers helpen om hun subsidieaanvraag zo goed mogelijk voor te bereiden. Een bijzonder waardevolle taak, want zo helpen we bedrijven om vooruit te denken. Elk idee bevat mogelijk een innovatie waar we de wereld een stukje beter mee maken – en dat samen cultiveren kan ik alleen maar aanraden."



Anke Albregts, VLAIO

Future Forward

ONTDEK DE DIGITALE
TOEKOMST VAN
JOUW BEDRIJF

MET KEYNOTE VAN
PETER BERTELS

08.06.2023

TECHNOPOLIS
MECHELEN

DOORS 17:30u



Dompel je onder in de wereld van digitalisatie, ga naar huis met nieuwe inzichten dankzij de inspirerende **keynote van Peter Bertels** en laat je inspireren op één van de vele **workshops**. Honger naar meer? Dan is er ook nog het **immersive lab** waarin je kan kennismaken met nieuwe technologieën zoals AR/VR en AI.

Benieuwd hoe de digitale toekomst van jouw bedrijf er uitziet?
Schrijf je dan snel in want de plaatsen zijn beperkt.

TICKETS & INFO



Pglas digitaliseerde en digitaliseert op vele fronten

Pglas richt zich op interieurglas en outdoor glasprojecten zoals glazen schuif- en draaideuren, wanden, vloeren of balustrades. Maatwerk en zelf plaatsen staan daarbij centraal. Dat zorgt ervoor dat elk project spannend is, maar vooral ook niet zomaar in te wisselen is met een ander project. Het lijkt niet de beste basis voor digitalisering, maar toch laat Pglas zien dat het dat wel is. Pglas won niet enkel de gouden baksteen van Bouwunie voor digitalisatie dit jaar, maar ook voor haar personeelsbeleid. Ruth Renders & Peter Van Bouwel, eigenaars van Pglas, lieten ons dan ook aan tafel schuiven met Mats Vos & Annick Lauwers. Zij trekken beiden aan diverse aspecten van het digitaliseringsverhaal.

Waarom is digitalisering zo hoog op de agenda komen te staan bij Pglas?

Het is al geruime tijd geleden begonnen. De eerste insteek was digitalisering van offertes en facturen. Om dat te digitaliseren werd toen al voor een pakket gekozen dat meer zou kunnen, maar de focus was duidelijk. Het was een proces dat heel veel tijd in beslag nam en waar je natuurlijk ook fouten in wil voorkomen. Het was wel opgevallen dat er daar wat dubbel werk gebeurde en dat loopt al eens fout. Vandaag gaan er geen papieren meer van bureau tot bureau. Pas toen dat in orde was zijn er andere functionaliteiten op tafel gekomen zoals de planning, stockbeheer, koppeling met marketing ..."

Marketing liep dus parallel met dit traject?

Het is inderdaad een aparte pijler. Maar de focus op service van de klant staat eigenlijk ook hier centraal in de manier hoe we dat aanpakken. De focus is zowel in marketing als intern om alles zo goed mogelijk te krijgen. Optimaal werken in het team en naar

de klant. Het is wel de bedoeling dat we de twee op elkaar gaan afstemmen op termijn.

Hoe hebben jullie de keuze gemaakt voor wat eerst moest gebeuren?

De grootste tijdsopslorpers gaan er eerst uit. We hebben eerst een RACI-analyse gedaan. Echt gaan kijken naar wat mensen doen, hoe lang ze er mee bezig waren en hoe de flow loopt doorheen het bedrijf. We zijn snel gegroeid als firma, dus van alle werven iets afweten dat was eigenlijk niet meer mogelijk. Een heel grote winst werd gemaakt door de dossiers van A tot Z bij één persoon te houden. Dat zorgt voor een groter ownership, maar de klant krijgt ook 1 aanspreekpunt.

Loopt dat dan altijd vlot die digitalisering?

Eigenlijk zijn we terug van nul begonnen toen we de andere functionaliteiten begonnen toe te voegen. De eerste versie was al in gebruik genomen en deed heel goed zijn werk, maar er kan nu met een aantal dingen veel vroeger rekening gehouden worden. Dat had dan weer zijn effect op

de offertes, dus ... Bestellingen gebeuren in een betere flow. Nu hebben we een veel beter zicht op de planning en wat we nodig hebben op welke werf qua mensen en materiaal. Je wint meer tijd, maar je krijgt ook in de planning een beter evenwicht en realistischere inschatting. Op het vlak van ondersteuning van de plaatsingsploegen zijn er nog wel opportuniteiten. Pakbonnen en dergelijke zouden voor hen nog een mooie stap zijn.

Planning was een enorme job, heel veel kleine werven, douchewanden of 1 deur. Het laden en lossen voor een dag werk is nu afgestemd op een zo efficiënt mogelijke bedrijfsvoering. Het nieuwe systeem laat ons ook toe beter aan te kopen, grotere volumes aan betere prijzen. We worden ook op tijd door het systeem verwittigd wat wanneer besteld moet worden.

Digitalisering is één ding, mensen het laten gebruiken vaak een ander. Hoe liep dat hier?

Het laten gebruiken van het systeem was de eerste uitdaging. Je moet er ook door om de fouten op te sporen. Het vergt wel wat aanpassing in de manier van werken, ook tussen teams. Er moeten veel parameters juist staan, door het maatwerk en zelf de plaatsing te doen, kom je er wel achter wat er nodig is. Daar gaat wat frustratie mee gepaard, maar je merkt wel dat het vooruit gaat.

Zou je de klok nog terug draaien?

Neen, maar het traject loopt. Voor complexe projecten is het echt nog wel zoeken af en toe en zou het oude systeem wel werken. Maar mensen zien wel de voordelen. Er worden heel wat fouten uitgesloten die



Mats Vos en Annick Lauwers van Pglas

er vroeger wel waren. Het leidt tot vlottere communicatie intern en met de klanten. Knipperlichten in stockbeheer zijn nu geautomatiseerd, dat zorgt ervoor dat de bedrijfszekerheid verhoogd is. De stress van soms nog juiste hoeveelheden te hebben is een issue. Plus er kunnen soms ook grotere volumes aangekocht worden, wat voor betere marges zorgt.

Die klanten zijn natuurlijk cruciaal, hoe pakken jullie dat aan op het vlak van marketing?

We hebben een aantal calculatoren ontwikkeld voor hen. Zo krijgen mensen inzicht in de prijzen. Dat leidt soms tot onmiddellijke beslissingen, maar natuurlijk is het ook een leadgenerator. Mensen die de calculatoren gebruiken, krijgen ook een “plezante” opvolging. We houden niet van een agresieve aanpak. We beseffen heel goed dat heel wat projecten voor de klant 1 à 2 jaar

kunnen duren. We focussen dus vooral op het top of mind blijven bij hen.

En hoe blijven jullie top of mind?

Stap één is voor ons dat er een aangenaam beeld van Pglas wordt geschept zodat ze het op eigen initiatief gaan volgen. Dit doen we vooral via Instagram, Facebook ... zo wordt er gewerkt aan het creëren van spontane volgers. De posts die goed presteren worden dan wel verder gesponsord. We zorgen daarvoor voor een duidelijke selectie in regio en doelgroep. Het communicatiebureau gaat ook aan de slag om met de goed draaiende posts advertentiecampagnes op te zetten. We zorgen natuurlijk ook dat de mensen die op een digitale of andere manier bij ons komen op een mailinglijst komen, maar we sturen maximaal 4 maal per jaar iets uit. Leuke projecten in de verf zetten en informatie is de insteek. Maar er wordt niet gezwaard met kortingen. We geloven meer in

het creëren van volgers en een inkijk geven in het bedrijf. Door de manier van werken willen we vooral een goed gevoel creëren over het bedrijf en vertrouwen scheppen in de manier waarop er gewerkt wordt.

Dus jullie klanten zorgen eigenlijk voor een groot deel voor de inhoud?

Toffe projecten houden we inderdaad in het vizier. Klanten leveren zelf de inhoud of plaatsen zelf iets. Die worden ook echt gebruikt als ambassadeur. We nemen hen ook mee in de mailings die we uitsturen. Ze helpen ook actief de boodschap te verspreiden. De focus ligt echt wel op denken in termen van wat de klant nodig heeft. Op basis daarvan stemmen we onze communicatie af, maar ook onze website en zo. De klant moet er zijn weg op vinden en vinden wat hij nodig heeft. Zo maken we mensen fan van Pglas en van fans klanten.

Handmade in Belgium-label blaast tien kaarsjes uit

Van ateliers die juwelen maken tot producenten van ambachtelijke zeep: meer dan 750 ambachtelijke ondernemers mochten de voorbije tien jaar een HIB-label ontvangen. HIB staat voor 'Handmade In Belgium'. UNIZO riep het label een decennium geleden in het leven om een sterker imago te geven aan vakmanschap. En om het publiek wakker te schudden voor de vele ambachtelijke makers in ons land die met passie een alternatief bieden voor industriële massaproductie.

Tekst: Antony Samson

Een HIB-label krijg je niet zomaar. Ondernemers die het houten HIB-label (en de jaarlijkse raamsticker) uitstallen in hun zaak zijn er dan ook terecht trots op. Het label is een erkenning voor hun vakmanschap en een kwaliteitsgarantie voor (potentiële) klanten. Enkele concrete voorwaarden om HIB-labelhouder te worden: je bent zelfstandige in hoofdberoep die bewust in België produceert, het maakproces gebeurt voor minstens 50% met de hand en het product heeft een gebruiksfunctie. Naar aanleiding van het tienjarige jubileum zetten we graag drie Antwerpse HIB-labelhouders in de schijnwerpers die prachtig, ambachtelijk werk verrichten. Met kennis van maken!

Het knisperend vuur van Glowbus®

Met zijn vuursculpturen brengt Andreas Ketels – kunstenaar en founder van Glowbus – mensen gezellig samen rond een knisperend vuur. Elk vuursculptuur is handgemaakt van hoogwaardig

cortenstaal. Een echte eyecatcher dankzij het samenspel van vormgeving en licht. Naast de buitencollectie kan je ook kleinere varianten kopen als stijlvolle kaarsenhouder.

De collectie van Glowbus is verkrijgbaar in maar liefst 28 landen, binnen het exclusieve topsegment. Glowbus veroverd de wereld vanuit hun atelier in Heist-op-den-Berg en daar speelde het HIB-label een zichtbare rol in. "Het werd door partners wereldwijd gepercipieerd als een kwaliteitslabel en een tastbaar bewijs van de ideologie waarvoor Glowbus gekend wil staan: ambachtelijke duurzaamheid. Het feit dat we onze productie zeer bewust in België houden, garandeert de allerhoogste kwaliteit.", aldus Andreas.

Glowbus heeft het HIB-label sinds 2019. Ondanks het succes gaat nog steeds ieder vuursculptuur door de handen van de founder. Volgens Andreas staat 'handmade' in onze wegwerpmatenschap steeds meer



Glowbus®



synoniem voor unieke producten. Hij besluit: “Elke Dewdrop vuursculptuur heeft een uniek identificatienummer. Dat wekt een onbetaalbaar gevoel op bij onze klanten die er dagelijks van kunnen genieten.”

Ontdek de collectie van Glowbus op www.glowbus.eu

Gerhild Kirchner – juweel van een ondernemster

Juwelenmaakster Gerhild Kirchner is HIB-labelhouder van het eerste uur. In de schaduw van de Antwerpse kathedraal beoefent ze al 15 jaar haar edelsmeedkunst met goud, zilver, edelstenen en andere materialen. Het resultaat? Unieke, hedendaagse sieraden die zowel puur als tijdloos zijn én waarmee ze al meerdere awards wist te winnen.

Gerhild is al tien jaar in het bezit van een Handmade In Belgium-label. Daar is ze terecht trots op. “Tegenwoordig kan je al

veel maken met behulp van 3D-printing en lasertechnieken. Dit kan een meerwaarde zijn voor het maakproces, maar sommige creaties zijn toch enkel mogelijk met handen van vlees en bloed. Daarom vind ik het ambacht belangrijk en ben ik blij met het HIB-Label.”, aldus Gerhild. Verder benadrukt ze dat het belangrijk is om de lokale economie te blijven steunen door lokale producten aan te kopen.

Laat je verwonderen door de schitterende collectie van Gerhild Kirchner op www.gerhildkirchner.be

Griet Bosselaers - trouwkleidij voor de bruid van morgen

Kersvers HIB-labelhouder Griet Bosselaers uit Boechout creëert moderne bruidskleidij op maat van ‘de bruid van morgen’. Dat maatwerk is een vlag die meerdere ladingen dekt. “Ik kies bewust voor een zeer persoonlijke aanpak waarbij ik samen met de toekomstige bruid een ontwerp

cocreëer, dat ik dan vervolgens uitwerk in mijn eigen atelier”, aldus Griet. Het resultaat is een bruidsjurk die qua smaak én pasvorm de bruid als gegoten zit. Hiermee onderscheidt Griet zich van de traditionele bruidsboutiques die standaard trouwjurken importeren uit het buitenland, om vervolgens de pasvorm deels te corrigeren.

Griet vindt het ook belangrijk dat haar bruidskleidij duurzaam én betaalbaar is. Hierover zegt ze: “Door te werken in een eigen atelier met Europese stoffen en zonder tussenpersonen houd ik de keten erg kort. Hiermee garandeer ik niet alleen een lage ecologische voetafdruk maar ook prima kwaliteit en een snelle levering voor een betaalbare prijs.” Volgens Griet zet het HIB-label deze unieke en lokale aanpak extra in de verf.

Een unieke bruids- of avondjurk nodig? Bekijk Griets collectie op www.grietbosselaers.be



Gerhild Kirchner
© Sandra Van Watermeulen



Griet Bosselaers
© Aske De Keyser

Met het HIB-label toon je aan je klanten dat je een ambachtelijke ondernemer in hart en nieren bent. Iemand die lokaal produceert en met een personal touch het verschil maakt. Voel jij je aangesproken? Vraag dan jouw HIB-label aan op www.unizo.be/hib-handmade-belgium. Je vindt een overzicht van al onze labeldragers op www.handmadeinbelgium.com.

Wil je (vrijblijvend) meer weten over het HIB-label? Contacteer dan onze collega Laura Hermans – laura.hermans@unizo.be.

Ook zo verdomd trots op je eigen zaak?

Word dé KMO van het Jaar 2023!

Heb jij met jouw kmo een straf parcours afgelegd en wil je dat graag aan iedereen tonen? Schrijf je dan nu in voor de jaarlijkse verkiezing van de **KMO van het Jaar**, uitgereikt door UNIZO.


Ben je nog geen vijf jaar actief, maar heb je wel uitgesproken groeiambities? Stel je dan kandidaat voor onze verkiezing van de **Beloftevolle KMO van het Jaar**.

En wie weet sta jij straks op het podium!

Op basis van verschillende criteria (zie QR-code) worden er eerst 5 provinciale winnaars verkozen. Vervolgens dingen die 5 winnaars mee naar de titel **KMO van het Jaar**.

Wil jij kans maken op deze felbegeerde titel? Voltooi je inschrijving dan voor **15 september 2023**.

KMO van het Jaar

Een initiatief van 



DEPREZ Construct
Nationale laureaat 2022

Belangrijk: je kan ook een kmo-kandidaat voordragen. Welke kmo-ondernemer verdient volgens jou de titel?

Scan de QR-code voor meer informatie, het wedstrijdreglement en inschrijven.



unizo.be/kmo-van-het-jaar



Het enthousiaste UNIZO Ondernemerslijnteam. Op de foto v.l.n.r.: Lien Put, Kaat Verleye, Lieven Cloots, An De Cock, Jaina Nsavye, Christel Hofkens, Leen Buekers

Stel **jouw vraag** aan de UNIZO Ondernemerslijn

Als ondernemer zit je heel vaak met vragen waarop je snel een antwoord moet vinden. Maar wie kan jou op dat ogenblik helpen? Bij welke instantie kan je terecht?... Voor al dit soort vragen is er de UNIZO Ondernemerslijn, exclusief voor leden. Welke ondernemersvragen je ook hebt, wij bezorgen je de antwoorden of wijzen je de weg, zodat je vooruit kan. In deze rubriek brengen we telkens een selectie van de meest gestelde vragen aan onze Ondernemerslijn, met daarbij de antwoorden.

02 21 22 678 - ondernemerslijn@unizo.be



Beluister deze podcast:
Een Oh, zit dat zo?!-moment





1

Betaal je op alle zendingen van buiten de EU btw bij invoer en invoerrechten?

Dat hangt af van wat je verzendt. Voor correspondentie en documenten hoef je bij invoer geen btw- of invoerrechten te betalen. Bij de invoer van goederen ligt dat anders:

- » Bij de invoer van goederen waarvan de intrinsieke waarde maximaal 150 euro bedraagt, moet je **btw betalen, maar geen invoerrechten**.
- » Bij de invoer van goederen waarvan de intrinsieke waarde meer dan 150 euro bedraagt moet je **zowel btw als invoerrechten betalen**.



Tevreden met dit antwoord? Dit artikel vind je ook terug in onze **Importgids voor de zelfstandige ondernemer**. Download 'em nu -helemaal gratis- via unizo.be/internationaal of lekker snel via deze handige QR-code.

Let wel op: er wordt geen vrijstelling verleend voor alcoholhoudende producten, parfum, eau de toilette, tabak en tabaksproducten.

2

Hoe kan ik een overeenkomst met een leverancier opzeggen?

In de eerste plaats moet je nakijken wat er is afgesproken in de overeenkomst of de algemene voorwaarden. Als daar een regeling is opgenomen over het opzeggen van de overeenkomst, dan moet die regeling altijd gevolgd worden. Is er in de overeenkomst of de algemene voorwaarden niets voorzien, dan moet je een onderscheid maken naargelang de duurtijd van de overeenkomst:

- » gaat het om een **overeenkomst met een welomschreven duur** (bijvoorbeeld een overeenkomst van één jaar), dan kan je de overeenkomst **niet voortijdig opzeggen**. Doe je dat toch, dan zal dat gezien worden als een contractbreuk en zal de tegenpartij een schadevergoeding kunnen vragen.

- » gaat het om een **overeenkomst van onbepaalde duur**, dan kan je de overeenkomst altijd opzeggen zonder schadevergoeding, op voorwaarde dat je een **redelijke opzegtermijn** respecteert. Hoe lang die opzegtermijn moet zijn, hangt af van de omstandigheden: hoe lang loopt de overeenkomst al, over welke bedragen ging de overeenkomst, ...

Als je de overeenkomst opzegt, doe dat dan via een aangetekende brief met ontvangstbevestiging. Dat is niet wettelijk verplicht, maar het geeft je de zekerheid dat 1) de tegenpartij de opzeg goed heeft ontvangen en 2) je vermijdt discussie over het juiste tijdstip waarop de opzeg werd gegeven.



Goed geholpen? Met al je ondernemersvragen zoals deze kan je terecht bij de UNIZO Ondernemerslijn. Contacteer onze experts via 02 21 22 678 of via deze QR-code



Cafetariaplan: een loonpakket à la carte

Met een cafetariaplan kan je je medewerkers een gepersonaliseerd loonpakket aanbieden zonder dat de loonkost stijgt. Maar waaruit bestaat het en hoe werkt het precies?

Wat is een cafetariaplan?

Een cafetariaplan is een vorm van **alternatieve verloning**. Met een cafetariaplan geef je je medewerkers de mogelijkheid om een deel van hun brutoloon om te zetten naar extralegale voordelen.

Je geeft je medewerkers dus de kans om hun loonpakket voor een stuk zelf samen te stellen, zonder dat het een impact heeft op jouw budget als werkgever. Ze krijgen de vrijheid om op basis van hun eigen voorkeuren voor bepaalde opties te kiezen. Die keuze kunnen je medewerkers elk jaar opnieuw maken en bijsturen naargelang de veranderingen in hun gezins-situatie, levenscyclus, mobiliteit, enzovoort.

Vier belangrijke categorieën

In een cafetariaplan zet je de bestaande extralegale voordelen zoals een bedrijfswagen, een bonus of vakantiedagen om naar een **persoonlijk budget per medewerker**. Hoe de medewerker dat budget verdeelt, kan je indelen in vier belangrijke categorieën: contant geld of verzekeringen, mobiliteit, hardware en work-life voordelen.

Populaire voorbeelden van elementen binnen een cafetariaplan zijn extra vakantiedagen, pensioensparen, een bedrijfswagen, een hospitalisatie-verzekering voor het gezin, een laptop of smartphone of een fietsvergoeding.

De voordelen van een cafetariaplan

Een cafetariaplan is een vorm van **flexibele verloning** en dankt zijn naam aan de analogie met de bedrijfskantine. De werkgever beslist wat hij of zij aanbiedt, de medewerker beslist wat hij of zij op het bord scheidt. We zetten enkele voordelen op een rij:

- Je biedt als werkgever een **eigentijds en competitief loonpakket** aan.
- Het is **budgetneutraal** en heeft dus geen impact op de loonkosten.
- Je versterkt je **employer brand**: je medewerkers krijgen keuzevrijheid en dus een gepersonaliseerd loonpakket.
- Je kan **duidelijke accenten in je loonbeleid** leggen.
- Het boost de **motivatie** van je medewerkers.

Aan de slag met het Liantis Cafetariaplan

Klaar om een cafetariaplan in jouw onderneming te implementeren? Kijk dan samen met Liantis naar de precieze mogelijkheden. Na een scan van je hr-beleid, geeft Liantis je een duidelijk beeld van hoe zo'n cafetariaplan er in de praktijk voor jouw onderneming zou uitzien.



Ontdek wat Liantis voor jou kan betekenen op liantis.be/cafetariaplan.

3

Het leven is fors duurder geworden. Hoe verhoog ik als freelancer mijn tarieven zonder klanten te verliezen?

- » **Maak in de eerste plaats duidelijke afspraken met jezelf.** Je uurtarief is vaak slechts een houvast. Denk vooraf goed na hoe je met je nieuwe uurtarief zal omgaan in verschillende situaties. Hou je dezelfde prijs aan bij langdurige opdrachten en bij trouwe opdrachtgevers? Vraag je voor elke opdracht hetzelfde tarief of ben je voor sommige werkzaamheden goedkoper?
- » **Informeer je klanten!** Zijn er opdrachtgevers waarmee je geregeld samenwerkt? Informeer hen dan tijdig over hoe, wanneer en waarom jouw prijsverhoging ingaat. Zo voorkom je dat trouwe klanten plots voor verrassingen komen te staan. Misschien kan je je prijsverhoging zelfs gebruiken om goede klanten nog meer aan jou te binden door hen op de hoogte te brengen van je prijsverhoging maar speciaal voor hen, als trouwe klant een uitzondering te maken.

- » **Wees duidelijk.** Waarom heb je je prijzen verhoogd? Je verkoopt allicht geen producten die plots veel duurder geworden zijn. Maar het dagelijkse leven is ook voor jou duurder geworden, het kantoor dat je huurt is duurder geworden, energie en brandstof kosten ook voor jou meer. Schrijf voor jezelf even op wat voor jou van toepassing is. Wees duidelijk in je motivatie voor het verhogen van je uurtarief. Daardoor word je serieus genomen. Je hebt hier goed over nagedacht, breng deze boodschap dus met vertrouwen, dan is er meteen minder ruimte voor onderhandelingen.

4

Een klant met een wankel financiële positie stelt voor om het product dat hij van me wil kopen, in pand te geven. Is dat verstandig?

Een pand is een heel interessant middel om je positie als verkoper te versterken. Het geeft een soort van superprioriteit tegenover andere schuldeisers: als je klant niet betaalt, dan kan je het goed (laten) verkopen, en word je vóór de normale schuldeisers uitbetaald. Maar ook als koper kan het

interessant zijn een pand te geven, vooral omdat je niet langer verplicht bent de verpande goederen aan de verkoper te geven: je kan die goederen gewoon zelf blijven doorgebruiken.

Op welke goederen kan ik een pand vestigen?

Het pand kan genomen worden **op alle roerende goederen**. Zowel lichamelijke goederen (producten) als onlichamelijke goederen (bijvoorbeeld intellectuele eigendomsrechten) komen in aanmerking. Een pand op onroerende goederen is niet mogelijk. Daarnaast kan je ook een pand nemen op een **handelszaak** (een geheel van goederen).

Moet ik een pand registreren?

Als je verkoper bent -en je dus een pand in je voordeel laat vestigen- dan kan je het pand ook laten registreren in het **pandregister**. Door die registratie krijgt je pand een vaste datum. Voor bepaalde goederen is een registratie zelfs verplicht om het pand te kunnen inroepen. Registreren is dus sterk aanbevolen!



Kan de koper het verpande goed gewoon blijven gebruiken?

Sinds kort is dat inderdaad mogelijk. Dat gebruik moet natuurlijk wel met de nodige zorg gebeuren. Je hebt als pandhouder trouwens steeds het recht de goederen te gaan inspecteren. De koper mag het verpande goed zelfs verkopen, tenzij dat anders was afgesproken in de pandovereenkomst.

Tip! Als pandgever doe je er goed aan uitdrukkelijk te bepalen of de koper het verpande goed al dan niet mag doorverkopen. Bepaal je daar niets over, dan mag de koper het goed in principe immers doorverkopen.

Als het goed op die manier wordt doorverkocht, of als het goed beschadigd geraakt, of als het wordt verwerkt tot een ander product, dan komt het pand automatisch op de schuldvordering of het andere product te liggen die in de plaats komt.



Geprikkeld? Lees verder op unizo.be en ontdek hoe je zo'n pandregeling sluit, wat er gebeurt wanneer je koper uiteindelijk *niet* betaalt en in welke gevallen een tussenkomst van de rechtbank nodig is.



Wanneer moet ik beroep doen op een beveiligd geldtransport wanneer ik mijn cash geld naar de bank wil brengen?

Uit een bevraging van UNIZO blijkt dat de meeste ondernemers zelf het cash geld dat ze van hun klanten ontvangen, naar de bank brengen. Daarvoor wordt dus meestal geen beroep gedaan op gespecialiseerde beveiligingsfirma's. En dat hoeft ook niet, voor zover je ten minste niet méér dan 30.000 euro naar de bank brengt.

Het bedrag dat je zelf naar de bank mag brengen is inderdaad **gelimiteerd**. Als natuurlijk persoon gaat dit per keer om

maximum **30.000 euro** in cash. Tot dat bedrag mag je dus zelf je eigen geld naar de bank brengen (of die taak aan den medewerker toevertrouwen).

Heb je méér cash geld? Dan moet je beroep doen op gespecialiseerde firma's die over de nodige vergunningen beschikken om zo'n transport te mogen uitvoeren. Of je kan zelf een vergunning aanvragen, maar dat zal in de praktijk niet zo evident zijn, omwille van de strenge vereisten die gelden om zo'n vergunning te krijgen. Vervoer je zonder de nodige vergunningen toch méér dan 30.000 euro cash geld? Dan riskeer je een boete, en zal de verzekering niet tussenkomen als, mocht je onderweg iets overkomen (bijvoorbeeld bij een overval)

Samengevat

- ▶ Zelf mag je maximum **30.000 euro** naar de bank brengen zonder bewakingsfirma.
- ▶ Overschrijd je dit bedrag, dan riskeer je een **boete**.
- ▶ Overkomt jou iets onderweg, dan betaalt je **(levens)verzekering niets**
- ▶ Voor je eigen veiligheid: schakel een professionele **geldtransportfirma** in!



Een klant annuleert een bestelling. Kan dat zomaar?

Een orderbevestiging is een bestelling, die is normaal gezien **bindend** en heeft de waarde van een overeenkomst. Een klant die een bestelling annuleert, pleegt **contractbreuk** en kan daarvoor in gebreke gesteld worden. In principe kan je dan ook gewoon doorgaan met je levering en de betaling opeisen.

Je riskeert natuurlijk dat de klant niet zal betalen, al zal die betaling desnoods gerechtelijk kunnen ingevorderd worden. **Eventueel kan je daarom akkoord gaan met een annulering van de bestelling mits betaling van een vergoeding of het inhouden van een verschot** (als dat gevraagd is, tenminste).

Als de verkoopvoorwaarden of de wet uitdrukkelijk voorzien dat de klant een **bedenktermijn** heeft en/of verkoop binnen een bepaalde termijn kan annuleren, moet je een annulering vanzelfsprekend wel toestaan. Ook voor consumenten bestaan er specifieke regels voor annulering o.a. in het kader van verkoop via websites of bij deur-aan-deurverkoop.



Wie moet het handelspand aanpassen aan de voorschriften inzake brandveiligheid?

Het is vaak een twistpunt bij handelshuur: wie moet het handelspand aan de voorschriften inzake brandveiligheid aanpassen: de huurder of de verhuurder?

Er moet een onderscheid gemaakt worden naargelang het tijdstip waarop de vereisten inzake brandveiligheid van kracht zijn. De vereisten kunnen namelijk al gelden op het ogenblik van het afsluiten van het huurcontract maar het is ook mogelijk dat tijdens de duur van het contract nieuwe bepalingen in werking treden.

1. Bestaande vereisten op het ogenblik van het afsluiten van het contract

Algemeen wordt aangenomen dat het de **verhuurder** is die de nodige aanpassingen aan het handelspand moet (laten) uitvoeren om er voor te zorgen dat het handelspand beantwoordt aan de bepalingen inzake brandveiligheid die gelden op het moment dat de huurovereenkomst gesloten wordt. Deze verplichting tot het aanpassen van het handelspand vloeit

voort uit de leveringsplicht die op de verhuurder rust.

Men kan zelfs stellen dat de verhuurder vanuit zijn leveringsplicht verplicht is om het handelspand aan te passen wanneer in het huurcontract een specifieke bestemming voor het gebouw wordt aangeduid (bvb. een restaurant, café) en er voor zulks een activiteit regelgeving is inzake brandpreventie op het moment van het afsluiten van het contract.

Dit belet echter niet dat de partijen kunnen overeenkomen dat de huurder het pand zelf zal aanpassen en in ruil gedurende enkele maanden een verlaagde huurprijs zal betalen.

2. Nieuwe vereisten die in werking treden tijdens het huurcontract

Indien het handelspand moet aangepast worden om te voldoen aan nieuwe vereisten inzake brandpreventie die tijdens het huurcontract van kracht worden, is het volgens vaste rechtspraak de huurder die moet instaan voor deze aanpassingswerken.



8

Vanaf wanneer heb ik als zelfstandige recht op een uitkering bij ziekte?

Als je als zelfstandige ziek wordt, dan heb je vanaf de 8ste dag ziekte recht op een uitkering van het ziekenfonds. Dat betekent dat je geen uitkering krijgt als je slechts enkele dagen ziek bent. Ben je langer dan 7 dagen ziek, dan krijg je wel een uitkering. Bovendien ontvang je dan een uitkering vanaf de eerste dag ziekte.

Een voorbeeld

Jan en Sandra baten samen een zaak uit. Op 15 juli 2019 raken beiden geveld met een stevige buikgriep. Sandra geneest snel en kan vijf dagen later al opnieuw aan de slag. Bij Jan treden er echter complicaties op, waardoor hij in totaal drie weken arbeidsongeschikt thuis zit. Jan zal recht hebben op een uitkering voor drie weken, terwijl zijn echtgenote het zonder uitkering zal moeten stellen.

Heb je een ongeval of word je ziek, en zal je waarschijnlijk langer dan zeven dagen arbeidsongeschikt zijn, dan ga je best op de eerste dag van je ziekte al naar je dokter. Je vraagt hem/haar/hen het 'getuigschrift van arbeidsongeschiktheid' in te vullen (een gewoon ziektebriefje volstaat niet). De datum van ondertekening van het attest door je dokter is namelijk bepalend voor de start van je arbeidsongeschiktheid.

Bezorg dit getuigschrift binnen de zeven dagen per post en bij voorkeur aangetekend aan je ziekenfonds.

Ben je langer dan een maand ziek, vraag dan aan je sociaal verzekeringsfonds of en vanaf wanneer je recht hebt op een zogenaamde gelijkstelling wegens ziekte. Met een gelijkstelling bouw je zonder bijdragebetaling verder pensioenrechten en andere sociale rechten op.

Tip! Je ontvangt alleen een uitkering wanneer je persoonlijk elke zelfstandige activiteit stopzet tijdens de periode van arbeidsongeschiktheid. Dit betekent echter niet dat je je zaak moet sluiten. Je zakenpartner, familie of medewerkers mogen je zaak in jouw naam verder uitbaten tijdens je arbeidsongeschiktheid.

9 **De eenmanszaak van mijn inwonende dochter ging failliet. Moet ik nu vrezen dat de deurwaarder ook mijn spullen in beslag zal nemen?**

Bij opstart van een eenmanszaak kan de maatschappelijke zetel niet vrij gekozen worden, maar is dit steeds het domicilie-adres. Wat indien je zoon of dochter nog gedomicilieerd is bij je en het verkeerd gaat met zijn bedrijf? Bestaat het risico dan dat je bezittingen (als ouders) zullen aangesproken worden om de schulden van de onderneming van je zoon te betalen?

Als het gaat over schuldeisers die gaan invorderen via deurwaarders, dan geldt er een vermoeden van eigendom. De deurwaarder vermoedt dus dat hetgeen hij aantreft op het domicilieadres (dat dus ook het adres is van de zaak bij eenmanszaak), eigendom is van de ondernemer. Hij zal alles wat voor beslag vatbaar is, mogen opschrijven.

Als je als ouder kan bewijzen dat er goederen van jou zijn opgeschreven, dan kan je jouw bezwaren overmaken aan de deurwaarder. Worden er nog goederen opgehaald die van jou zijn, dan kan je via een revindicatieprocedure bij de beslagrechter deze goederen terugbekomen.

Maar de **rechtspraak is heel streng** en vereist een **dubbel bewijs**: de ouders moeten zowel via facturen als via overschrijvingsbewijzen kunnen aantonen dat het goederen zijn die zij hebben aangekocht en dat ze die met eigen gelden hebben betaald.



Kan ik een rechtbank naar keuze opnemen in mijn contract of algemene voorwaarden?

In principe is voor burgerlijke zaken (waar betwistingen inzake overeenkomsten normaal toe behoren) de rechter van de woonplaats van de verweerder bevoegd of de rechter van de plaats waar de verbintenis is ontstaan.

Voor rechtspersonen is het de rechtbank van de plaats van de maatschappelijke zetel en die van de plaats van de bedrijfszetel – in het geval van een buitenlands bedrijf – van de rechtspersoon.

Je kan de bevoegde rechtbank ook zelf kiezen in je algemene voorwaarden. Dat kan vooral handig zijn als je veel klanten hebt en je bij betwistingen telkens voor de rechtbank van je klant moet verschijnen, tot in de uithoeken van het land.

Voor overeenkomsten met buitenlandse klanten gelden in principe dezelfde regels. Maar is de klant een consument uit een andere Europese Lidstaat, dan zal je hem of haar in

principe moeten dagvaarden voor de rechtbank van de woonplaats van de consument.

Tip: een voorbeeld van een bruikbare clausule

De overeenkomst wordt beheerst door het Belgisch recht. Elke betwisting in verband met de uitlegging, uitvoering en/of opzegging van de overeenkomst zal tot de exclusieve bevoegdheid van de rechtbanken van het gerechtelijk arrondissement (...) behoren.

GEZOND WEER AAN HET WERK

Van afwezigheid naar aanwezigheidsbeleid

Hoe voer je een positief HR-beleid rond ziekteverzuim? Met die vraag ging zuivelcoöperatie Milcobel een jaar geleden aan de slag. Een aanwezigheidsbeleid was het resultaat. In Track Abilities vonden ze de ideale partner om de leidinggevenden op te leiden. Het advies? 'Breng warme zakelijkheid binnen in je communicatie met je medewerkers, ook rond gezondheid.'

Tekst: Marjolein Cuvelier – Foto's: David Samyn

Track Abilities ondersteunt werkgevers in het verminderen van absentieisme en begeleidt medewerkers die dreigen uit te vallen of al afwezig zijn. Group Wellbeing manager Liesbeth Willemsen van Milcobel licht toe waarom ze destijds met Track Abilities in zee zijn gegaan.

MEER VERBINDING

Liesbeth: 'We zagen een algemene trend in België: het ziekteverzuim steeg sinds 2020 om een hoogtepunt te bereiken in 2022. Ook bij Milcobel gebeurde dat. Onze HR-officers van de diverse sites en een projectleider hebben de koppen bij elkaar gestoken om in co-creatie een nieuw 'positief aanwezigheidsbeleid' uit te werken. We vonden vrijwel meteen een consensus: om het ziekteverzuim tegen te gaan, wilden we meer verbinding en dialoog installeren tussen leidinggevenden en medewerkers.'

Rik Loenders (co-founder Track

Abilities): 'Die verbinding tot stand brengen, gebeurt met 'warme zakelijkheid'. Het is een vorm van communicatie die ervoor zorgt dat er binnen je bedrijf openheid bestaat om over je gezondheid te praten, zonder dat het dwingend of kunstmatig overkomt. Een leidinggevende kan er bijvoorbeeld een gewoonte van maken om wekelijks een informele babbel te hebben met elke medewerker.

Ongedwongen, bij de koffiemachine of gewoon terwijl die langsloopt. Dat hoeft geen formeel gesprek te zijn: zo'n babbel kan zich beperken tot 5 minuutjes. Een leidinggevende die dat geregeld doet, herkent de signalen van dreigend uitval van een medewerker veel sneller.'

WARM TELEFOONTJE

Liesbeth: 'Het eerste wat wij bij Milcobel geïnstalleerd hebben, is een traject voor leidinggevenden wanneer een medewerker ziek wordt. We weten namelijk dat hoe langer een medewerker ziek is, hoe moeilijker het wordt om terug te keren. Zeker als die medewerker al die tijd niets meer gehoord heeft van de leidinggevende. *Zien ze me daar eigenlijk nog graag terugkomen*, denkt die dan. Nu hebben we een traject waarbij de leidinggevende na twee weken even belt naar de zieke medewerker om te vragen hoe het gaat. Na een maand neemt HR contact op, na twee maanden is dat opnieuw de leidinggevende en na drie maanden opnieuw HR.'

Rik: 'Dat zijn gesprekken waar je het best voorbereid aan begint. Het laatste wat je wil, is je medewerker het gevoel geven dat je druk zet om terug te keren. Vanuit onze expertise hebben wij dat traject voor leidinggevenden begeleid. In een eerste stap hebben we aan de mindset gewerkt



RETURN ON INVESTMENT

- Een samenwerking met Track Abilities heeft een impact op zowel het korte ziekteverzuim als op het lange ziekteverzuim, en dus op de kosten van een bedrijf.
- Bovendien is Track Abilities een erkend dienstverlener. Via werkbaarheidscheques kun je als bedrijf tot 60 procent van het factuurbedrag terug genereren, met een maximum van 10 000 euro.

waarbij we de impact van de leidinggevende op het ziekteverzuim in het team helder maken. De cijfers spreken daar wel voor zich: het positieve effect wordt al duidelijk na enkele maanden. In een vol-

'Warme zakelijkheid'?

Dat klinkt zo:

Als je merkt dat een medewerker dreigt uit te vallen door rugklachten: *'Ik zie dat je last hebt van je rug. Wat kunnen we doen voor je? Welke ondersteuning heb je nodig om ervoor te zorgen dat je kunt blijven werken?'*

Bij frequente uitval een medewerker: *'Ik maak me zorgen dat je regelmatig ziek bent. Hoe kan ik je helpen zodat we dat kunnen voorkomen?'*

Stel dat je medewerker langdurig ziek is: *'Hoe kunnen we er voor zorgen dat we je opnieuw kunnen inzetten in onze organisatie?'*

gende stap leren leidinggevenden dan via rollenspelen hoe ze zo'n gesprek kunnen voeren.'

NAAR OVERAL

Liesbeth: 'Omdat Milcobel verschillende vestigingen in Vlaanderen heeft, was dat traject niet in één-twee-drie uitgerold. De trainingen moesten op verschillende plaatsen doorgaan en we moesten de leidinggevenden telkens bij elkaar krijgen. Maar dat was voor Track Abilities geen probleem.'

Rik: 'Wij zijn inderdaad actief in heel Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. We vinden het belangrijk dat het fysieke trainingen zijn. Online zou zo'n communicatie-opleiding niet goed werken. Onze coaches komen dus met veel plezier ter plaatse om die trainingen te geven.'



INGEBED IN HR-BELEID

Liesbeth: 'In het verleden namen leidinggevenden ook wel eens contact op met zieke medewerkers. Maar er zat geen stramien in. Bovendien heerste ook de stellige overtuiging dat je zieke medewerkers het beste met rust laat. Nu is alles vastgelegd in een beleid waardoor deze warmere communicatie ook ingebed zit in onze bedrijfssfeer. We hebben er overigens nog een extra element aan toegevoegd. Het gaat om een beterschapskaartje dat verstuurd wordt en een uitsluitend positieve boodschap bevat: *we missen jou, we denken aan je en we zouden graag hebben dat je terugkomt.* Ook daar krijgen we fijne reacties op.'

Rik: 'De samenwerking tussen Milcobel en Track Abilities is intussen uitgebreid met een proefproject. Milcobel kan bij ons medewerkers aanmelden die uitgevallen zijn en opnieuw aan het werk

gaan. Die medewerkers krijgen individuele begeleiding van een gespecialiseerde coach die optimaal matcht met de specifieke vraag. Belangrijk: de medewerker zit aan het stuur van het re-integratietraject en kiest een eigen coach. Samen stellen ze een persoonlijk preventieplan en werkhervattingsplan op. Uit onderzoek blijkt dat deze empowerment-aanpak resultaat heeft: uitgevallen medewerkers zijn 15 procent sneller weer actief én hervallen 12 procent minder vaak. Dat is een dubbel effect. Die return on investment kunnen we ook effectief berekenen voor een bedrijf.'

“Uitgevallen medewerkers zijn 15 procent sneller weer actief én hervallen 12 procent minder vaak”

Voor CM is welzijn op het werk een belangrijk aandachtspunt. De begeleiding door Track Abilities komt de gezondheid en levenskwaliteit van medewerker en werkgever ten goede. Daar is CM als gezondheidsfonds van overtuigd. Daarom geeft het Track Abilities een financieel duwtje in de rug. Interesse om samen te werken? Neem contact op via www.cm.be/trackabilities



“Iedereen mag
en kan zich goed
voelen in de
juiste lingerie.”

Lingerie en badmode: een blik op een trendgevoelige en dankbare sector

Arlette Daniëls groeide op tussen de beha's, het ondergoed en de korsetten in de winkel van haar moeder. Als 11-jarig meisje zat ze al tussen de naaisters in het atelier van Lingerie Daniëls. Na haar studies nam ze de zaak over. Dat de lingeriebranche een uitdagende sector is, hoeft je Arlette niet uit te leggen. En toch krijgt ze er vleugels van. Hoog tijd voor een inspirerende babbel met de sterke vrouw achter de lingeriezaak in hartje Bilzen.

Tekst: Caro Hellings (ZINNIG) – Foto's: Luc Daelemans

Stond het in de sterren geschreven dat je de zaak ooit ging overnemen van je ouders?

Arlette Daniëls: "Ik ben hier opgegroeid. Voor en achter de schermen van de winkel. Het was dus geen verrassing toen ik besloot om de zaak over te nemen. Dat is inmiddels al meer dan dertig jaar geleden. Met heel veel enthousiasme, maar toch met een klein hartje omdat ik nog zo jong was. Vandaag kan ik met 100% zekerheid zeggen dat dit mijn ding is. De passie is gegroeid doorheen de jaren. Mee in het pashokje staan en advies geven, dat is wat ik het liefste doe."

Wat maakt werken in de lingeriesector zo fijn?

Arlette Daniëls: "Je kan er een verschil mee maken. Dat klinkt abstract, maar het is echt een dankbare branche. Vrouwen geven zich hier letterlijk bloot om de juiste lingerie te vinden. Dat vertrouwen schept een bijzondere band. Met de juiste pasmaat en persoonlijk advies, zie je vrouwen hier stralen. In een grote winkel nemen klanten vaak zelf iets uit de rekken, puur op basis van wat ze visueel mooi vinden. Maar mijn kracht is dat ik door mijn jarenlange ervaring écht kan zien welk model bij iemand past. De pasvorm van een vrouw is namelijk niet

altijd dezelfde. Deze verschilt van vrouw tot vrouw en de periode in haar leven. Denk aan hormonen, gewicht, leeftijd, ... Dat speelt allemaal een rol. Het zijn schommelingen die veel vrouwen als onaangenaam ervaren. Het is mijn missie om alle vrouwen tijdens die levensfasen zo optimaal mogelijk te ondersteunen. Deze aanpak zorgt voor dankbare klanten."

Kom je veel uitdagingen tegen in deze branche?

Arlette Daniëls: "Meer en meer. Ondanks drie decennia aan ervaring in de retailbranche ben ik nog volop bezig met een

“Vrouwen geven zich hier letterlijk bloot om de juiste lingerie te vinden.”



rebranding. Het is alweer jaren geleden dat ik mijn winkel grondig heb gerenoveerd en in dit wereldje mag je gewoon niet stilstaan. Ik zie me dit werk ook nog heel lang doen, hoor. Ik stop niet bij mijn pensioen (lacht). Ik ga gewoon door. Daarom wil ik Lingerie Daniëls nóg meer op de kaart zetten door winkelbeleving met impact te creëren. Dat moet me onderscheiden van collega's in de sector. Ik wil een winkel die rust uitstraalt. Geen overaanbod, maar kwalitatieve en betaalbare stukken. Daarnaast organiseer ik fotoshoots met vrouwen uit de buurt om realistische maten in de kijker te zetten. Het zorgt voor verbinding met Bilzen en omstreken. Ik wil vrouwen echt in de spotlights zetten met mijn winkel: van leuke workshops en yoga tot de verkoop van kleine spulletjes van lokale vrouwelijke ondernemers. Het is tijd om het concept volledig open te trekken. En dat doe ik samen met mijn schoondochter Aster Breekweg en haar communicatiebureau Club Gewoon.”

Zijn er trends waar te nemen in lingerie-land?

Arlette Daniëls: "Absoluut. Ik denk meteen aan comfy ondergoed, grotere cups en body positivity. Wist je dat er bijvoorbeeld nu standaard een O-cup in de rekken hangt? Dat zijn opvallende trends die zullen blijven, denk ik. Schoonheid is een veel inclusiever begrip dan toen ik begon in de winkel. Daarom wil ik echt die beleving creëren voor vrouwen. Iedereen mag en kan zich goed voelen in de juiste lingerie."



Hoe zou je jezelf als ondernemer omschrijven?

Arlette Daniëls: "Ik ben een doener. Vanuit buikgevoel, maar altijd met de cijfers in het achterhoofd. Je moet een goed zicht hebben op wat verkoopt, en wat niet. Omdat de sector zo trendgevoelig is, moet je ook wel risico's durven nemen. Berekende risico's. Een trend is vaak al voorbij gewaaid voor je alle pro's en contra's tegen elkaar hebt afgewogen. Ik zit al lang in deze stiel, dus ik voel die dingen goed aan. Daar komt dat buikgevoel weer in beeld."

Hoe zou je jezelf als ondernemer omschrijven?

Arlette Daniëls: "Ik ben een doener. Vanuit buikgevoel, maar altijd met de cijfers in het achterhoofd. Je moet een goed zicht hebben op wat verkoopt, en wat niet. Omdat de sector zo trendgevoelig is, moet je ook wel risico's durven nemen. Berekende risico's. Een trend is vaak al voorbij gewaaid voor je alle pro's en contra's tegen elkaar hebt afgewogen. Ik zit al lang in deze stiel, dus ik voel die dingen goed aan. Daar komt dat buikgevoel weer in beeld."

Heb je tips voor andere ondernemers?

Arlette Daniëls: "Blijf niet in je winkel zitten. Daar bedoel ik mee: ga op zoek naar

begeleiding, vraag hulp, ga bij collega's in andere winkels kijken hoe zij het aanpakken. Je hoeft het warm water niet uit te vinden hé. Door ervaringen uit te wisselen, kom je gewoon verder. Ik volg nog steeds regelmatig workshops en begeleidingen. Ook bij UNIZO. Een extra paar ogen op je zaak, dat is het allerbeste klankbord. Je hoeft het niet alleen te doen. Door mijn lidmaatschap bij FEDELIN, de sectorfederatie voor zelfstandige lingeriezaken, heb ik al zoveel mooie mensen ontmoet in de sector. Via één van de workshops ben ik veertien jaar geleden – bij hun oprichting – in contact gekomen met vijftien fantastische lingerie madammen. Ik ben afgelopen maandag nog bij eentje daarvan langs geweest in Herentals."

Wat is de meerwaarde van FEDELIN voor jou als zelfstandige?

Arlette Daniëls: "Via inspiratietours en workshops leer je bij. Zo ga ik bijvoorbeeld in het najaar mee naar Parijs. Tijdens zo'n inspiratietour ontmoet ik creatieve collega's uit dezelfde sector. Door die ervaring van anderen, krijg je echt goesting om te ondernemen. Om de dingen vast te pakken, zoals ik nu met mijn rebranding en renovatie van de winkel. Zij geven die extra push die je van tijd tot tijd nodig hebt."

unizo

winkelhier



Sectorfederatie FEDELIN

Voor zelfstandige lingerie detailisten is er maar één adres voor informatie, vragen en inspirerende events: FEDELIN. Inspiratietours, praktische workshops en netwerkevents met een sterke focus op ervaringsuitwisseling zorgen voor de nodige inspiratie bij lingerie detailisten. Met consumentenacties zoals de Lingerieweek en de Inruilactie wordt ingezet op bewustwording bij klanten. Meer info: fedelin-lingerie.be



Producent of invoerder van batterijen? Sluit aan bij Bebat!

Wist je dat je als producent of invoerder van (producten met) batterijen moet voldoen aan de 'aanvaardingsplicht'?

Als producent of invoerder van batterijen in België heb je maar liefst **7 verplichte todo's** rond het inzamelen en recycleren van afgedankte batterijen. Al die verantwoordelijkheden vallen onder je wettelijke aanvaardingsplicht. Je kan daar zelf aan voldoen, maar er is ook een eenvoudigere manier: je aansluiten bij Bebat!

Moet jij aan de aanvaardingsplicht voldoen?

De aanvaardingsplicht geldt voor iedereen die batterijen (los of ingebouwd) importeert of produceert en in België verkoopt, verhuurt of ter beschikking stelt. Weet je niet of je onder de aanvaardingsplicht valt? Doe de test, dan wordt het duidelijk!

7 wettelijke verplichtingen

Onder de noemer 'aanvaardingsplicht' zitten 7 wettelijk verplichte to-do's die je in orde moet brengen.



- 1. Registreren.** Je moet je registreren bij de 3 gewestelijke overheden in België.
- 2. Aangifte doen.** Aan de overheden moet je aangeven welke batterijen je op de Belgische markt brengt.
- 3. Sensibiliseren en aan preventie doen.** De wetgever verwacht dat je de consument sensibiliseert over bewust omgaan met batterijen. En dat je zoveel mogelijk batterijen met een lange levensduur op de markt brengt.
- 4. Inzameling organiseren.** Alle batterijen moeten veilig, vakkundig en volgens het boekje worden ingezameld en getransporteerd, door goedgekeurde ophalers en indien vereist, ADR-conform.
- 5. Recycleren.** Batterijen moeten nauwkeurig worden gesorteerd voor ze worden gerecycleerd. Vaak worden industriële batterijen ontmanteld en/of klaargemaakt voor hergebruik of second life.
- 6. Recyclage-efficiëntie aantonen.** Voor de recyclage moet je op zoek gaan naar een goedgekeurd gespecialiseerd bedrijf dat een bewijs van behaalde recyclage-efficiëntie kan voorleggen.
- 7. Rapporteren.** Voldoe je reeds aan al je verplichtingen, dan dien je ook zelf te rapporteren aan de overheden hoe je je aanvaardingsplicht logistiek organiseert en hoe je ervoor zorgt dat de batterijen

bij de verwerker komen, inclusief alle tussenstappen en partners. Mét het nodige cijfermateriaal.

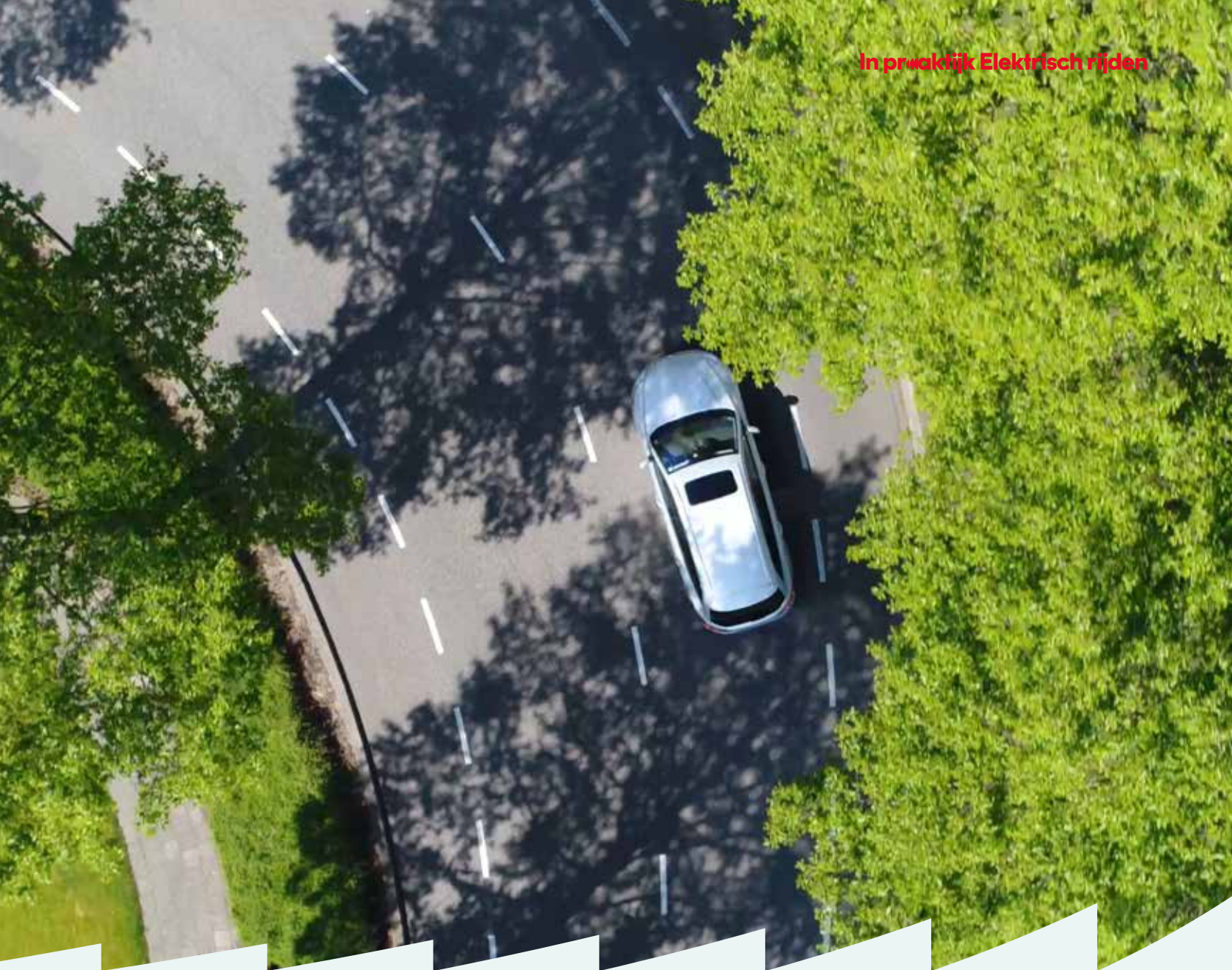
Hoe kan het eenvoudiger? Sluit je aan bij Bebat!

De eenvoudigste en voordeligste manier om aan je aanvaardingsplicht te voldoen? Dat is aansluiten bij Bebat. Het enige wat jij dan nog moet doen is:

- Aangifte doen van je verkochte batterijen op het MyBatbase-platform.
- De nodige bijdragen betalen.
- Indien nodig, een bijkomende individuele overeenkomst afsluiten voor inzameling en verwerking van je defecte of afgedankte batterijen boven 20 kg. Die vereisen een oplossing op maat.

Sluit nu aan bij Bebat.
<https://bit.ly/4284jN1>





Naar een **elektrisch** **bedrijfswagenbeleid**

Nu het fiscale gunstregime voor traditionele bedrijfswagens (met verbrandingsmotor, inclusief hybride voertuigen) van 1 juli geleidelijk wordt afgebouwd (zie kader), wil ook jij als ondernemer wellicht de overstap maken naar elektrische mobiliteit.

Tekst: Filip Horemans, Jochen Goekint

De omschakeling naar elektrisch rijden kan een ideaal moment zijn voor een grondige analyse van jouw volledige mobiliteitsbeleid, het wagenpark, de merkenpolitiek... Daarnaast kan het uitermate nuttig zijn om een mobiliteitsprofiel op te maken van iedereen die in jouw zaak over een bedrijfswagen beschikt.

Dat kan op een vrij eenvoudige manier. Er zijn data waarover je al beschikt of die je gemakkelijk kan opvragen, zoals het aantal kilometers er jaar, per bestuurder, diens huidige wagen, de woonplaats, de gezinssituatie en het hoofdvervoersmiddel voor woon-werkverkeer of werkverplaatsingen. Daarnaast is het nuttig om na te gaan wie een eigen oprit of garage heeft, huurder of eigenaar is van een woning of appartement om zo zicht te krijgen op de laadmogelijkheden.

Wellicht is de omschakeling naar elektrische

bedrijfswagens ook het ideale moment om je bedrijfswagenbeleid waar nodig bij te sturen en scherp te stellen, uiteraard mits het nodige overleg en zonder daarbij eenzijdig aan verworven rechten te raken. Elementen die daarbij onder meer tegen het licht kunnen worden gehouden, zijn de bestaande indeling van de wagen categorieën binnen jouw bedrijf, maar bijvoorbeeld ook de merkenpolitiek. Misschien verkoos je tot nu toe altijd wagens van één merk, of binnen éénzelfde merkengroep, te bestellen. Op zich is dat nog altijd mogelijk, maar het is in de huidige marktomstandigheden wel minder evident geworden, toch zeker wanneer je een iets grotere kmo runt, met medewerkers in verschillende categorieën die over een bedrijfswagen beschikken. Bij heel wat automerken is het aanbod volledig elektrische wagens immers (nog) relatief beperkt, waarbij een aantal merken zich van langsom meer focussen het hogere segment. Om ook voor de medewerkers met een kleinere en

goedkopere bedrijfswagen een oplossing te vinden, zal je dus wat sneller naar verschillende merken moeten kijken. Een bijkomend argument om niet langer per se vast te houden aan één enkel merk binnen je bedrijf, is de sterke daling van fleetkortingen.

Maar hoe vind je als ondernemer nu je weg in het actuele aanbod aan elektrische wagens, met hun specifieke eigenschappen en mogelijkheden? Uiteraard kan je volop terecht bij de merkgaragisten in je buurt en op de websites van de merkfabrikanten. Kies je voor leasing, dan zal de leasingmaatschappij je op weg kunnen helpen. Op de website www.milieuvriendelijkevoertuigen.be van de Vlaamse overheid vind je eveneens een overzicht van de beschikbare elektrische modellen, met onder meer een vergelijking van de Total Cost of Ownership (TCO). Deze website wordt echter niet altijd onmiddellijk geupdate, waardoor de meest recente informatie kan ontbreken.

TIP: Doe de online bedrijfswagentest met de KBC-wegwijzer Elektrisch rijden

Een interessante, merkonafhankelijke online tool om de meest geschikte elektrische (bedrijfs)wagens te vinden, op maat van elk gebruikersprofiel, is de "wegwijzer" van KBC, terug te vinden op www.kbc.be/wegwijzer (button Doe de test!) Deze tool beperkt zich niet tot een overzicht van de beschikbare automerken en -modellen met hun eigenschappen, maar maakt voor jou ook automatisch een selectie binnen dat aanbod, op basis van het rijgedrag (gemiddeld aantal km per dag en op weekbasis), de oplaadmogelijkheden (hoeveel gelegenheden heb je om je wagen op te laden) en de TCO of totale gebruikskost per maand. In je filters kan je ook ingeven of een trekhaak al dan niet mogelijk is voor het voertuig. Binnen de twee minuten vind je een overzicht van beschikbare elektrische automodellen, die voldoen aan jouw criteria qua rijbereik en budget. Op deze "Wegwijzer"-pagina vind je tevens korte video's en andere content met praktische informatie om goed voorbereid aan je elektrische rijavontuur te beginnen.



Scan hier de QR-code en ontdek welke elektrische bedrijfswagens het best beantwoorden aan jouw behoeften.
www.kbc.be/wegwijzer



KOOP UW PLUG-IN HYBRID MERCEDES-BENZ NOG T.E.M. 30 JUNI EN GENIET VAN 100% FISCALE AFTREKBAARHEID.*

C-Klasse Berline of Break of toch een ander model? Aan u de keuze.

Nog t.e.m. 30 juni 2023 de weg op met een 100% fiscaal aftrekbare Plug-in Hybrid?*

Op een Mercedes-Benz PHEV hoeft u niet te wachten, want er zijn vele wagens snel leverbaar uit stock.

Ze bieden u de luxe en rijkwaliteiten waar het merk voor bekend staat, met daarbovenop een ruim elektrisch rijbereik dat voldoende is voor vrijwel al uw dagelijkse ritten.

Ontdek het hele aanbod hier:



0,4 - 0,8 L/100 KM • 12 - 18 G/KM CO₂ (WLTP).

Contacteer uw concessiehouder voor alle informatie over de fiscaliteit van uw voertuig.

Milieu-informatie KB 19/3/2004: www.mercedes-benz.be - Geef voorrang aan veiligheid. * Meer info op mercedes-benz.be

Wat met de **fiscaliteit** vanaf 1 juli?

De fiscale aftrekbaarheid voor wagens die vanaf 1 juli 2023 worden besteld, wijzigt grondig.

Wagens met enkel een verbrandingsmotor en plug-in hybrides

▶ Klassieke wagens (enkel verbrandingsmotor) die besteld worden van 1 juli 2023 tot en met 31 december 2025 zijn vanaf 2025 voor maximaal 75% aftrekbaar, terwijl de aftrekbaarheid van hybride voertuigen tot dan ongewijzigd blijft. In 2026 bedraagt de aftrekbaarheid voor traditionele en hybride wagens nog maximaal 50% en in 2027 nog slechts 25%. Vanaf 2028 is er geen fiscale aftrek meer mogelijk.

▶ Klassiek aangedreven en hybride wagens die besteld worden vanaf 1 januari 2026 zijn niet meer aftrekbaar.

Zero – emissievoertuigen:

▶ Zero-emissievoertuigen die vanaf 1/7/2023 worden besteld, zijn in 2026 nog 100% fiscaal aftrekbaar, maar vanaf 1/1/2027 nog maximaal 95%. De jaren nadien verlaagt dat percentage verder naar 90%, 82,50%, 75% om uiteindelijk tot 67,50% te komen in 2031.



unizo	Fiscale aftrekbaarheid bedrijfswagens									
	2022-2025		2026		2027		2028	2029	2030	2031
	Bestaand contract + besteld voor 01/07/2023	Besteld vanaf 01/07/2023 tot 31/12/2025	Besteld vanaf 01/07/2023 tot 31/12/2025	Besteld vanaf 2026	Besteld vanaf 01/07/2023 tot 31/12/2025	Besteld vanaf 2026				
Geen zero emissie (diesel, benzine, CNG)	Bestaande situatie	Vanaf 2025 max. 75%	Max. 50%	0%	Max. 25%	0%	0%			
Hybride*	Bestaande situatie	Bestaande situatie	Max. 50%	0%	Max. 25%	0%	0%			
Zero emissie	100%		100%	100%	95%		90%	82,50%	75%	67,50%

*Voor hybrides zijn de brandstofkosten nog maar voor 50% aftrekbaar vanaf 1 januari 2023



Nieuwe Nissan ARIYA

De 100% elektrische Crossover



Tot **533 km** autonomie*

Vanaf **€419/maand** zBTW in Financiële Renting**

*De autonomie met een volledig opgeladen batterij (tot 533km met de 87 kWh-batterij) werd volgens de WLTP-methode berekend. De WLTP-meetprocedure (Worldwide Harmonized Light Vehicle Test Procedure) heeft als uitgangspunt dat de testcondities de rijcondities in de praktijk zo dicht mogelijk benaderen, waardoor de vastgestelde waarden realistischer zullen uitvallen. Verschillende factoren kunnen het werkelijke rijbereik beïnvloeden, zoals rijgedrag, de kwaliteit van de weg, de weersomstandigheden (o.a. buitentemperatuur, windkracht) en het gebruik van airconditioning/verwarming. **Offerte in Financiële Renting met aankoopoptie van 35% op een duurtijd van 60 maanden voor een Nissan ARIYA Engage 63kWh. Prijs in financiële renting €419/maand zBTW, voorschot van 14%, korting afgetrokken. Aanbevolen catalogusprijs: €42.314,05 zBTW. Aanbieding geldig van 01/05/2023 t.e.m. 31/05/2023, enkel bestemd voor professionele doeleinden. Onder voorbehoud van aanvaarding van uw kredietaanvraag door Alpha Credit n.v., kredietgever, Warandeberg 8C, 1000 Brussel, BTW BE 0445.781.316, RPR Brussel. Uw Nissan verdeler treedt op als agent in nevenfunctie. Adverteerder: Nissan Belux n.v. (invoerder), Bist 12, 2630 Aartselaar - BTW BE0838.306.068 - IBAN BE81 2930 0778 6024 - RPR Antwerpen - beluxnl@nissan-services.eu. Afbeeldingen niet bindend. Milieu-informatie: K.B. 19/03/2004: www.nissan.be

ARIYA 0 G/KM 176-19,5 KWH/100 KM (WLTP) - tijdens het rijden

Contacteer je Nissan-concessiehouder voor alle informatie over de fiscaliteit van je voertuig.

GEEF VOORRANG AAN VEILIGHEID.



Laadpalen

Het opladen van een elektrische wagen is even essentieel als diesel of benzine tanken bij een auto met verbrandingsmotor. In tegenstelling tot tanken duurt het laden wat langer, maar je kan het dan weer eenvoudiger gedecentraliseerd doen en je hoeft er niet constant bij te zijn. Er zijn verschillende oplossingen, van laden bij je thuis tot snelladen langs de snelweg.

Laden op het werk en de energiemix

Laden op het werk is over het algemeen het meest voordelig, aangezien daar de laagste energietarieven gelden of er eigen energie wordt opgewekt. Er moet natuurlijk ruimte beschikbaar zijn om laadpalen te installeren en de parkeerruimte gepast in te richten. Bovendien vraagt het installeren de nodige expertise, infrastructuurwerken en budget, in het bijzonder wanneer het gaat om uitgebreidere installaties. De kosten op korte termijn kunnen oplopen, maar op lange termijn kunnen ze een besparing betekenen, zeker wanneer er eigen opgewekte energie kan worden gebruikt.

Thuis laden

Het aanbieden van een mogelijkheid om te huis te laden biedt een pak meer comfort bij het elektrisch rijden. Zo kan men buiten de werkuren ook steeds beschikken over een opgeladen wagen, zonder publiek te moeten laden. Als er een oprit of garage is, dan is

het meestal eenvoudig om een laadpunt te laten installeren. De installatie van een slim laadpunt is absoluut aan te raden om ervoor te zorgen dat het elektriciteitsnet thuis niet overbelast geraakt en maximaal gebruik gemaakt wordt van de beschikbare netcapaciteit. Bovendien meet een slim laadpunt het laadverbruik waardoor ook de afrekening van de energie eenvoudig verloopt. Een verzwaren van de installatie zal voor een hedendaagse thuisinstallatie meestal niet nodig zijn, maar er moet wel een kabel getrokken worden van de elektriciteitskast naar het laadpunt.

Publiek laden

Als het niet mogelijk is om op het werk of thuis te laden of je bent op verplaatsing, dan kan je bij een (semi-)publieke laadpaal terecht. Deze activeer je met een laadpas of app. Een laadpaal zoeken doe je via een van de beschikbare apps. Deze worden vaak aangeboden door de laadpasaanbieder, maar er zijn ook apps die een overzicht bieden van alle mogelijke laadpunten en informatie geven over de bezetting of status. Enkele handige voorbeelden zijn ChargeFinder of Chargemap.

Snelladen

Snelladen is met een doorsnee laadpas de duurste optie. Dit is dan ook een optie die men enkel kiest wanneer er weinig tijd is of lange afstanden worden afgelegd. Je kan

via de e-car policy afspraken maken over het gebruik van snelladers (bv. maximumbedrag of aantal kWh per jaar). Heb je medewerkers die vaak lange afstanden doen en veel moeten snelladen, dan kan het nuttig zijn om hier een specifiek abonnement voor af te sluiten.

De laadpas als nieuwe tankkaart

Een laadpunt activeren doe je met een laadpas. Dit is als het ware een bankkaart die de link vormt tussen de uitbater van het laadpunt (charge point operator of cpo) en de aanbieder van de laadpassen (e-mobility service provider of emsp). Laadpassen werken dankzij roamingafspraken met (andere) cpo's op heel wat laadpunten, zodat je met één pas in nagenoeg heel Europa terecht kan. Via de app, die doorgaans elke aanbieder van laadpassen heeft, kan je zien waar je kan laden en vaak ook wat het tarief is aan een specifiek laadpunt. Je betaalt uiteindelijk een bedrag per geladen kWh of per minuut, eventueel aangevuld met een bedrag per laadbeurt of per minuut.

ONTMOET DE VOLKSWAGEN ID. FAMILIE

100% elektrisch op uw maat

De Beetle, de T1 bus, de Golf GTI ... Met 75 jaar ervaring op de teller ziet Volkswagen in de achteruitkijkspiegel een rij iconische auto's passeren. En toch kijken ze liever vooruit. Naar een gamma dat vandaag al 100% elektrisch is. De ID. familie van Volkswagen biedt alles wat je van duurzame mobiliteit kan verwachten: voordelig, efficiënt en uitstootvrij.

Op zoek naar een elektrische wagen? Goed nieuws, de Volkswagen ID. familie breidt uit. Er is nu een model voor iedereen. Alle wagens bieden een unieke rijervaring en combineren rust en soepelheid met hoge prestaties en een groot bereik. Welke ID. past het best bij jou? Volkswagen gidst je graag door hun ruime aanbod.

Klaar voor een iconische pionier?

De toekomst staat voor de deur, ben jij klaar om in te stappen? De nieuwe ID.3 markeert het begin van een nieuw tijdperk in elektrische mobiliteit. Voel de opwindende prestaties van deze compacte sedan. Ervaar het baanbrekend design, de strakke lijnen en een interieur dat standaard is voorzien van hoogwaardige materialen. De ID.3 beschikt over performante rijhulpsystemen en een rijbereik geschikt voor dagelijks gebruik. Kortom: elektrische mobiliteit op zijn best.

Een dynamische SUV

Een pure SUV die met zijn robuust uiterlijk en vloeiend lijnenspel meteen in het oog springt: de ID.4 werd niet voor niets verkozen tot World Car of the Year in 2021. Dit model combineert het beste van twee werelden: de veelzijdigheid van een SUV en de duurzame prestatie van een elektrisch voertuig. Voor zij die het allemaal willen, zonder enig compromis. Krachtig en zelfzeker, zoals het een SUV betaamt. En als 100% elektrische allrounder ideaal voor langere ritten, met een rijbereik tot 500 kilometer. Ook verkrijgbaar in een ultra-sportieve GTX-uitvoering.

Een sportieve SUV Coupé

Het onmogelijke wordt mogelijk met de ID.5. Dit model koppelt de gespierde uitstraling van een echte SUV aan het



New ID.3 : 15,3 kWh/100 KM - 0g CO₂/KM (WLTP)

De nieuwe ID.3 is nu al bestelbaar.

aerodynamisch silhouet van een Coupé. Deze wagen sluit geen compromissen maar presenteert elektrische mobiliteit in zijn meest elegante, luxueuze vorm. De ID.5 is een statement, een auto die niemand onberoerd laat. Ook de ID.5 is verkrijgbaar in een ultra-sportieve GTX-uitvoering.

Het iconische busje, nu 100% elektrisch

De langverwachte volledig elektrische ID. Buzz staat voor ongebreideld avontuur. Dit gloednieuwe model sluit aan bij de lange traditie van iconische Volkswagen-busjes. Zowel op het vlak van duurzame mobiliteit als van ruimtegebruik en connectiviteit zet hij nieuwe standaarden. Ideaal als familiewagen maar ook als bedrijfsvoertuig. Oh ja en hij ziet er natuurlijk fantastisch uit!

Een elegante en ruime berline

De nieuwe ID.7 wordt het vlaggenschip van het elektrische modellengamma van Volkswagen. De berline zal vanaf de tweede helft van 2023 technologie en kwaliteit van topniveau bieden. Het is een van de tien nieuwe elektrische modellen die Volkswagen tegen 2026 op de markt wil brengen. Het doel? Alle klanten in elk segment de meest geschikte wagen bieden.

Extra comfort met de Business-uitvoering

Alle 100% elektrische ID. modellen zijn ook verkrijgbaar in Business-uitvoering

met exclusieve configuraties, ontworpen om te genieten van een hoger niveau van comfort en uitrusting tegen een optimale prijs. Ze combineren aantrekkelijke klantenvoordelen met geoptimaliseerde gebruikskosten, lage voordelen alle aard, een gunstige restwaarde en 100% fiscale aftrekbaarheid.

Een unieke rijervaring en riant actieradius. Energiezuinig, emissievrij en CO₂-neutraal. Hoogwaardige, duurzame en dierproefvrije materialen in combinatie met state-of-the-art technologie. De modellen uit de ID. familie maken van elektrisch rijden de norm. Stap mee aan boord en ontdek bij jouw Volkswagen-concessiehouder hoe comfortabel en plezierig elektrisch rijden is.

Integraal CO₂-neutraal

Elk 100% elektrisch ID. model is CO₂-vrij en CO₂-neutraal. Dat is mogelijk door de zorgvuldige selectie van leveranciers van onderdelen, het gebruik van groene energie tijdens de productie en de compensatie van CO₂-uitstoot door investeringen in milieuprojecten. Zo brengt Volkswagen de 'Way to Zero'-doelstelling van nul CO₂-uitstoot tegen 2050 in de praktijk.

www.volkswagen.be

Scan deze QR-code, en ontdek de volledige Volkswagen ID. familie.






THE X3

PLUG-IN HYBRID.



Tot 98,6% fiscaal aftrekbaar als u voor 1 juli bestelt.

Joy electrified by 

 GEEF VOORRANG AAN VEILIGHEID.

Milieu-informatie (KB 19/03/04): bmw.be

2,0-2,5 L/100 KM • 45-56 G/KM CO₂ (WLTP)

Meer informatie op bmw.be/PlugInHybride

Een mobiliteitsbudget als alternatief?

Wil jij je werknemers met een bedrijfswagen de kans geven om te kiezen voor andere vormen van vervoer, dan kan je hen een zogenaamd “mobiliteitsbudget” aanbieden. Dat geld kunnen ze zelf vrij en soepel inzetten voor, bijvoorbeeld, trein-, tram-, of bustickets, voor een (huur)fiets of step, tot en met de huur- of hypotheekkosten voor een woning binnen een straal van 10 km van het werk...

Voor het mobiliteitsbudget geldt een gelijkwaardig fiscaal voordeel als bij de traditionele bedrijfswagen, voor zowel werknemer als werkgever. Een mobiliteitsbudget kan in bepaalde gevallen ook gecombineerd worden met een kleinere, meer duurzame en goedkopere bedrijfswagen dan voorheen. Maar hoe werkt het toekennen van een mobiliteitsbudget nu in de praktijk?

Welke werknemers komen in aanmerking voor een mobiliteitsbudget?

Alle werknemers die al over een bedrijfswagen beschikken, kunnen die (na afloop van de vastgelegde gebruiksduur/einde leasing) inruilen voor een mobiliteitsbudget. Ook werknemers die op dit ogenblik nog geen bedrijfswagen hebben maar daar door een promotie/functiewijziging voor

in aanmerking komen, kunnen onmiddellijk voor het mobiliteitsbudget kiezen. De initieel verplichte wachttijd van 36 maanden (waarin ze over een bedrijfswagen moesten beschikken) is met ingang van 2022 geschrapt.

OPGELET: Die wachttijd vervalt enkel wanneer jouw werkgever zélf de absolute voorkeur geeft aan een mobiliteitsbudget. Als werkgever kan je zelf nog altijd pas een mobiliteitsbudget aanbieden aan werknemers die al 36 maanden over een bedrijfswagen beschikken. Ben je een starter, dan geldt hierop een uitzondering.



Hoe zit dat met de administratieve opvolging?

Een mobiliteitsbudget, met de verschillende bestedingsmogelijkheden die daar bij horen, dat klinkt op het eerste gezicht misschien wat omslachtig. De payroll-specialisten van onze HR-dienstengroep Liantis kunnen je hierbij adviseren en begeleiden.

Meer info daarover vind je hier:



Op welk bedrag aan mobiliteitsbudget heeft jouw werknemer recht?

Het mobiliteitsbudget wordt berekend op basis van de TCO (total cost of ownership) van de bedrijfswagen waarover een werknemer kan beschikken. Deze kost bevat onder meer brandstofkosten, de financierings- en verzekeringskosten, de niet-afrekbare btw en solidariteitsbijdragen voor CO₂. Er is een ondergrens van 3.000 euro en 20% van het totale brutoloon en een bovengrens van 16.000 euro per jaar. Kosten voor het beroepsmatig gebruiken worden niet meegeteld.

Waar mag jouw werknemer het mobiliteitsbudget aan besteden?

Het budget kan besteed worden in 3 pijlers.

Voor elke pijler geldt een eigen fiscale en sociale behandeling. Vanaf 1 januari 2022 moet de werkgever minstens de 2^e pijler aanbieden.

- ▶ **1^e pijler:** een milieuvriendelijkere bedrijfswagen (maximum 95 gr CO₂/km, vanaf 2026 geen CO₂-uitstoot)
- ▶ **2^e pijler:** duurzame mobiliteit en huisvestingskosten:
 - Abonnementen voor het **openbaar vervoer** voor inwonende gezinsleden of voor werknemer los van woon-werkverplaatsing, **parkeerkosten** die verband houden verplaatsingen via het openbaar vervoer.
 - Tussenkost **huisvestingskosten** voor wie binnen een straal van 10 km van

het werk woont (voorheen was dit 5 km): huur of kapitaalaflossingen van hypotheeklening.

- Stallingskosten voor (**elektrische/ brom-**) **fietsen**, uitrusting voor bescherming en zichtbaarheid bij gebruik. Ook leningen voor bv. een fiets komen in aanmerking.
- **Voetgangerspremie** van 0,24 euro per kilometer voor een werknemer die de woon-werkafstand te voet aflegt of met een step, rollator of een ander voortbewegingstoestel die geen fiets/rijwiel is.
- ▶ **3^e pijler:** overgebleven budget in cash (enkel sociale bijdragen van 38,07%)



Mobiliteitsexpert Jochen Goekint

Gratis uitgebreide online gids elektrisch rijden voor UNIZO-leden!

Voor UNIZO-leden met nog meer vragen over elektrisch rijden schreef UNIZO-mobiliteitsexpert Jochen Goekint een praktische gids, waarin alle aspecten van elektrisch rijden aan bod komen:

- Waarom elektrisch rijden?
- Wat zijn de mogelijke drempels?
- Wat met de fiscaliteit?
- Welke voorbereidingen tref je best?
- Hoe maak je de juiste wagenkeuze?
- Welke laadmogelijkheden en laadinfrastructuur kiezen?
- Welke car policy koppel je aan die elektrische mobiliteit?

Deze UNIZO-gids, in combinatie met de Snelwijzer elektrisch rijden van KBC, vormt de ideale leidraad voor wie succesvol de overstap naar elektrische bedrijfswagens wil maken.



Duik hier in de online UNIZO-gids over elektrisch rijden



Ontdek welke elektrische bedrijfswagens het best bij jou passen via de wegwijzer van KBC

Drankenleverancier Andy kiest het volledig elektrische pad

Het Belgische drankentransportbedrijf Andy kiest bewust volledig voor het elektrische pad via 100% milieuvriendelijke leveringen. Hiervoor kozen ze de Maxus eDeliver3. Door een efficiënte planning kunnen ze hun routes slim uitstippelen en perfect het elektrische rijbereik incalculeren. Het zorgt er zelfs voor dat klanten binnen de drie uur hun bestelling al ontvangen. Voor ze het weten rijdt er een geruisloze e-bestelwagen de straat in. Zag jij de felgroene eDeliver3 van Andy al passeren?

Het concept van de ideale elektrische bestelwagen

Duurzaamheid en milieuvriendelijkheid zitten in het DNA van Andy. Het uniform van de koeriers is zelfs gemaakt van gerecycleerde flessen. Geen fossiele brandstoffen, nul-emissie, goedkopere energie, een stille elektromotor en minder onderhoud. De Maxus eDeliver3 tekent hiermee het concept van de ideale elektrische bestelwagen. Bij Andy twijfelden ze niet lang om van bij het begin van hun opstart te kiezen voor Maxus.

Door zijn wendbaarheid, focus op autonomie en souplesse is de Maxus eDeliver3 perfect geschikt om flexibel dranken aan huis te leveren. Met een laadvolume van een ton en rijbereik van 370 kilometer hebben ze bovendien alles wat nodig is om klanten vlot en just-in-time te voorzien.

Wendbare eDeliver3 of krachtige eDeliver9?

De snelle wendbaarheid van eDeliver3 is voor een dynamische start-up als Andy de ideale match. Inmiddels bouwde Maxus verder aan creatieve oplossingen voor de logistieke sector. Met de Maxus eDeliver9 spelen ze in op de vraag van grotere bedrijven voor een ruimere, krachtigere en luxueuzere versie van de eDeliver3.

Duurzame oplossingen zijn meer dan ooit nodig om onze economie te verzoenen met ecologie, zeker in de automobielsector. Maxus begrijpt dit goed en beschikt vandaag over een uitgebreid aanbod aan modellen, waarvan de eDeliver een stoere, luxueuze en praktische bestelwagen is, en 100% elektrisch.

Het voorbeeld van Andy toont aan dat ambitieuze bedrijven durven innoveren met focus op een goede mix van duurzaamheid en

rendement. Daar hebben de consumenten zelfs baat bij. Wie koopt er trouwens niet liever op een ecologische manier of bij duurzame bedrijven? De logistieke sector heeft de troefkaarten in handen om van elektrisch rijden de norm in plaats van de uitzondering te maken. Ben jij ook zo'n trendsetter als Andy die hun transport 100% elektrisch laat rijden?



Bezoek de website van Andy



eDeliver3

Resoluut hedendaags. 100% elektrisch.

- Tot 371 km rijbereik (WLTP)
- Ook beschikbaar als chassis cabine
- 5 jaar garantie

eDeliver9

Ruim. Krachtig. Luxueus. 100% elektrisch.

- 2 batterijvarianten: 72, 89 kWh
- Tot 353 km rijbereik (WLTP)
- 5 jaar garantie

Benieuwd naar de Maxus eDeliver3 of eDeliver9? **Boek nu een testrit!**



Versterk je onderneming met de opleidingen van UNIZO!



Op zoek naar een opleiding of begeleiding op maat om je versterken als ondernemer? Dan ben je bij UNIZO aan het juiste adres voor een ruim aanbod. Scan deze QR-code voor onze volledige activiteitenkalender.

Begeleidingen

Eén-op-één-trajecten met een ervaren coach op jouw maat en in elke fase van je onderneming. Jouw persoonlijk ondernemersklankbord in de breedste zin van het woord.



Starten

Je denkt aan een eigen onderneming en wilt weten of dit haalbaar is? Een goede voorbereiding biedt je als starter meer kans op slagen. En ook meer kans om te overleven. Het begeleidingstraject Starten stoomt kandidaat-ondernemers optimaal klaar op wat er hen te wachten staat.



Online Verkopen

Wil jij jouw (online) zichtbaarheid vergroten? Hoe zorg je ervoor dat klanten de weg vinden naar jouw zaak? Ben jij al online actief, maar laten de verwachte resultaten op zich wachten? Tijdens de begeleiding Online Verkopen krijg je advies op maat, van een expert.



Strategie & Groei

Snelle groei achter de rug of dat net de ambitie met jouw onderneming? Wil je veranderingen doorvoeren binnen jouw organisatie of kamp je met verschillende uitdagingen? Schrijf je dan zeker in voor het begeleidingstraject Strategie & Groei.

Ondernemersacademie



▶ **11/09, Rode bol, Gent**
Masterclass
KMO TOP werkgever



▶ **26/09, Ter Elst, Edegem**
Masterclass
Digitale Business



▶ **23/09, Online**
Masterclass Praktijkmanagement voor zorgverstrekkers

Innovatiefora



▶ **september 2023**
Retailtrip Valencia



▶ **14/09,**
Groeigroep 'Up Next'
Netwerk voor de volgende generatie in familiebedrijven

HR-activiteiten, georganiseerd door Elk Talent Aan Boord



▶ **09/05, Tienen**
Workshop
Vind de geknipte jobstudent, stagiair of toekomstig medewerker



▶ **23/05, Antwerpen**
Workshop
Kiezen-voor-talent



▶ **24/05, Zaffelare**
Workshop
Kiezen-voor-talent



▶ **20/06, Oudenaarde**
Ondernemerscongres
HR voor kmo's | UNIZO



Overzicht activiteiten
Elk Talent Aan Boord



Medegefinancierd door
de Europese Unie



Videolesen

Niet veel tijd? Ontdek een ruim aanbod aan thema's in compacte videolesen.



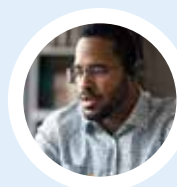
Is het interessant om te adverteren via Google en sociale media?

Google en sociale media zoals Facebook en Instagram bieden een brede waaier van advertentiemogelijkheden aan. In deze videoles bespreken we welke opties er zijn om als kmo te adverteren via deze kanalen. Je leert dus hoe je, met een haalbaar budget, nieuwe contacten kan bereiken en bestaande klanten kan laten terugkeren.



Hoe IT helpt om je onderneming efficiënter te laten draaien

Een vraag voor elke ondernemer, zeker in tijden wanneer het moeilijker gaat. Thomas Droog van ClearMedia licht in deze videoles toe hoe kleine stapjes aan efficiëntieverbetering grote gevolgen hebben voor de rentabiliteit. Een videoles die interessant is voor elke ondernemer die open staat voor optimalisatie van de eigen onderneming.



Laat je onderneming opvallen tussen de zoekresultaten van Google

Google en sociale media zoals Facebook en Instagram bieden een brede waaier van advertentiemogelijkheden aan. In deze videoles bespreken we welke opties er zijn om als kmo te adverteren via deze kanalen. Je leert dus hoe je, met een haalbaar budget, nieuwe contacten kan bereiken en bestaande klanten kan laten terugkeren.



Zijn cloud solutions interessant voor een kmo?

Thomas Droog van ClearMedia legt op een niet-technische en duidelijke manier uit wat cloud oplossingen zijn en waarom ze interessant zijn voor kmo's. Hij doet dit aan de hand van voorbeelden en geeft antwoorden op de drempels die ondernemers hebben m.b.t. cloud omgevingen.



Scan de qr-code of ga naar online.ondernemersacademie.be/videolesen





PEUGEOT

PROFESSIONAL

NEW 408

PLUG-IN HYBRID




DE TAAL VAN VERLEIDING

LEASYS VANAF
639€ /MAAND*

PEUGEOT BEVEELT **TotalEnergies** AAN

 1,1 - 1,3 L/100 KM  26 - 30 G/KM (WLTP)

Contacteer je verkooppunt voor alle informatie over de fiscaliteit van je wagen.

 Geef voorrang aan veiligheid. Milieu-informatie [KB 19/03/2004]: www.peugeot.be

*Offerte Leasys Global op basis van 60 maanden en een totaal van 50.000 km, geldig tot 31/05/2023. Leasys Global is een verhuur op lange termijn zonder aankoopoptie, voorbehouden aan professionals die een Belgische BTW hebben. Het gepresenteerde voertuig komt niet overeen met de beschreven versie en prijzen. Foto's voor illustratieve en niet-contractuele doeleinden. De prijzen kunnen variëren afhankelijk van de versie en zijn onder voorbehoud van wijzigingen in de fiscaliteit, verzekeringstarieven en catalogusprijzen. Dienst banden en vervangwagen niet inbegrepen in het Global-pakket. Prijzen zijn BTW excl. Voor alle extra kilometers worden kosten in rekening gebracht. Regelmatig onderhoud (zoals gespecificeerd in de handleiding van de fabrikant en indien nodig om te voldoen aan de verkeerswetgeving) omvat motor, transmissie, ophanging en elektrische reparaties als gevolg van normale slijtage, behalve die veroorzaakt door misbruik, verwaarlozing of verkeerd gebruik door de bestuurder. Het is aangeraden om het onderhoud in het officiële Leasys netwerk uit te voeren. De algemene voorwaarden van Leasys zijn van toepassing. Onder voorbehoud van aanvaarding van het dossier. Er kunnen garanties worden geeïst. Aangeboden door Leasys Belgium, handelsbenaming van het Belgische filiaal van Leasys S.p.A., met maatschappelijke zetel Corso Orbassano 367, 10137 Torino, Italië en met exploitatiezetel gevestigd Bourgetlaan 20 - 1130 Brussel, BTW nummer BE 0678856478, onder voorbehoud van aanvaarding van het dossier. De diensten inbegrepen in het contract zijn: huur van het voertuig, BIV en jaarlijkse verkeersbelasting, wettelijk verplichte verzekeringen, pechbijstand, rechtsbijstand. De offerte Leasys Global is niet cumuleerbaar met andere commerciële aanbiedingen. De vermelde prijzen zijn uitgedrukt in Euro en BTW excl.

V.U.: Sam Vilain, Stellantis Belux N.V., Bourgetlaan 20 bus 2 B-1130 Brussel België, ingeschreven bij de KBO met het nummer 0403.461.107, als «Invoerder» van het merk Peugeot - IBAN: BE 81 2710 0450 0024 - Tel.: 078 15 16 15.