

Zaken Doen februari 2008

Het tweemaandelijks nieuwsblad van uw onafhankelijke IIB-bedrijfsadviseur

Ondernemers positief over 2008

Bron: KvK

Het Nederlandse bedrijfsleven heeft vertrouwen in de toekomst en redelijk positieve verwachtingen over 2008. Dat is duidelijk geworden uit de jaarlijkse enquête van de Kamer van Koophandel. De 42.000 ondervraagde ondernemers hebben zich in 2007 uitstekend ontwikkeld. De totale omzet is (reëel) met 3% gegroeid en 89% van de bedrijven blijkt winstgevend. Het verwachtingsniveau voor 2008 is iets gedaald, maar blijft positief. Het aantal banen is in 2007 aanzienlijk gegroeid, met 3,3%. Deze groei is groter bij het MKB dan bij het grootbedrijf. De verwachting is dat de werkgelegenheid in 2008 nog verder zal toenemen.

Nederlandse bedrijven laten intelligentie verloren gaan

Bron: www.biaward.nl

Net zoals mensen intelligenter dan anderen kunnen zijn en daardoor verder kunnen komen in het leven, kunnen bedrijven concurrentievoordeel halen uit hun 'slimheid'. In 2007 deed Advies- en onderzoeksbureau Passionned hier een onderzoek naar in 115 organisaties. Dat viel tegen! Nederlandse bedrijven en instellingen blijken behoorlijk laag te scoren: niet meer dan 4½ op een schaal van 10. Gelukkig was er ook een kleine groep van bedrijven die de afgelopen jaren financieel goed presteerden, gebruik maakten van 'Business Intelligence' technologie en een slimme organisatie hadden: zij scoorden een 6+. Nog niet veel, maar in elk geval voldoende!

De meeste bedrijfsorganisaties verouderen na verloop van tijd. Dan kunnen ze last krijgen van verkokering, verstarring en minder efficiënt geworden systemen, structuren en culturen. Dat is meestal het moment dat het "gedoe" het wint van het ondernemen. Dit kan er toe leiden dat het moeilijker wordt om de juiste strategische beslissingen over het bedrijf te nemen. Eigenlijk komt het erop neer dat er te weinig contact met de markt is en de samenwerking tussen de verschillende onderdelen van de organisatie onvoldoende is. Dit betekent dat een flink deel van de intelligentie die de organisatie bezit in de individuele medewerkers onvoldoende gebruikt wordt. Je zou kunnen zeggen dat die intelligentie 'verloren' gaat. Daardoor stagneert het succes van de onderneming.

In dergelijke omstandigheden is het zaak afstand te durven nemen. Het kan dan helpen met een vertrouwde onafhankelijke adviseur te sparren en maatregelen te nemen om weer aan bedrijfs-IQ en concurrentiekracht te winnen. Alle mensen die bij de onderneming betrokken zijn moeten heel bewust in actie komen en slimmer gaan samenwerken aan nieuw integraal beleid. Dat is geen gemakkelijk proces, omdat de meeste mensen het moeilijk vinden om hun afzonderlijke, soms zorgvuldig opgebouwde, koninkrijkjes binnen de organisatie los te laten. Toch is het nodig, om de onderneming (opnieuw) succesvol te maken.

Hoe intelligent is uw bedrijf? Hoe innovatief? Hoeveel ruimte geeft u uw medewerkers om met nieuwe ideeën te komen? Hoe snel en slim speelt u in op de markt – nu die weer groeit? Hoe goed werken uw mensen samen? Hoe goed werkt u samen met leveranciers, distributeurs en afnemers?

Privé-zaken in de baas z'n tijd

Bron: *ICT Barometer Ernst & Young*

Werknemers besteden onder werktijd gemiddeld 4,9 uur per week aan privé-zaken. In 2006 was dat nog 3,9 uur. Voor wie denkt dat dat wel gecompenseerd wordt door zakelijk mailen en surfen in privé-tijd: nee – dat is het afgelopen jaar gelijk gebleven op 2,4 uur per week. Moeten we ons hierover zorgen maken? "Stel dat je een bedrijf runt van 100 mensen, dan komt dit per maand neer op 1000 uur arbeidsproductiviteitsverlies." En wat kost dat u? Kijk dus met uw bedrijfsadviseur eens naar bedrijfsregels! En natuurlijk naar de handhaving!

Dit blad wordt u aangeboden door Margriet Guiver-Freeman, AInstIB



Guiver Freeman

Expertise in Transition Management

Dijkhof 73 - 6715 DW EDE Gld – T/F 0318 438 177 – M 0611 380 349
E zakendoen@guiver-freeman.com - www.guiver-freeman.com - www.iib.ws

Wilt u mij alstublieft een e-mail sturen als u Zaken Doen in het vervolg niet meer wenst te ontvangen?

Menselijke factor van groot belang bij fusie of overname

De meeste fusies en overnames mislukken of lopen grote vertraging op doordat de personele kant van de gewenste samenwerking onvoldoende aandacht heeft gekregen. De cultuurverschillen kunnen zó groot zijn dat de bezuinigingen of synergievoorstellen waarop men hoopte door twee organisaties samen te voegen tot één grote, van geen kanten gehaald worden. Sterker nog: om de cultuurbotsingen op te lossen, moeten allerlei - tevoren niet begrote - kostbare programma's van opleidingen en teambuilding worden uitgevoerd. En als het gerommel niet snel wordt opgelost verdwijnen de beste werknemers naar de concurrentie.

Er zijn vele onderzoeken gedaan naar de faal- en succesfactoren van fusies of overnames. Daaruit is klip en klaar gebleken dat in de succesvolle gevallen altijd vooraf goed is gekeken naar de zogenaamde 'zachte aspecten' van de organisatie -

die overigens vrijwel altijd keihard bleken te zijn! Het ging dan om duidelijkheid met betrekking tot de visie op de toekomst en de richting van de organisatie, de gewenste bedrijfscultuur, de manier van leidinggeven en de wijze van omgaan met de werknemers: het HR-beleid, dus.

En toch worden er nog steeds vele fusietrajecten ingezet waarbij de directies geen, te weinig of te laat aandacht besteden aan de 'social due diligence', aan de menselijke factor. De meeste directies en hun adviseurs kijken alleen naar de 'harde' en vooral de financiële cijfers - misschien ook wel omdat ze denken dat de personele zaken te weinig concreet zijn. Dus, mocht u nadenken over een overname: schakel uw onafhankelijke IIB-adviseur in. Deze kan zorgen voor een goede beoordeling van de sociale kanten van de mogelijke samenwerking.

Subsidiemogelijkheden

Bron: www.mkb-service.nl, www.platformbetatechniek.nl en www.senternovem.nl

Het Platform Bèta Techniek richt zich met het programma **Attractieve Carrières in de Techniek** op het vergroten van de doorstroom van onderwijs naar het bedrijfsleven én het behoud van medewerkers voor de techniek. In dit programma wordt de samenwerking gestimuleerd tussen bedrijven en onderwijsinstellingen op HBO en MBO niveau. Denk bijvoorbeeld aan praktijk-leeromgevingen voor (aantrekkelijke!) projecten die studenten moeten uitvoeren, of aan diverse lectoraten om de beroepspraktijkvorming te verbeteren in het MBO. Maar ook aan het creëren van voldoende loopbaanperspectieven voor bestaande werknemers. Er is ACT-subsidiegeld beschikbaar voor de branches metaal, installatietechniek, beton&bouw, carrosserie en chemie.

Het Ministerie van Economische Zaken wil groepen MKB-bedrijven, die op de een of andere manier (keten, regio, thema, branche enz.) samenhang met elkaar hebben, stimuleren tot innoveren via een IPC (**Innovatie Prestatie Contract**). Daarin maken zij afspraken over hun samenwerking en kennisoverdracht, onderling en met andere IPC-deelnemers. De leden van een IPC kunnen 50% van de subsidiabele kosten terugkrijgen aan subsidie, tot maximaal € 50.000.

De regeling **Beroepsonderwijs in Bedrijf** is er om een betere aansluiting te realiseren tussen bedrijven en het praktijkleren op een VMBO of ROC. Er is subsidie beschikbaar voor samenwerkingsverbanden tussen één of meer MKB-ondernemers en één of meer beroepsonderwijsinstellingen. De subsidie bedraagt 50% van de projectkosten tot maximaal € 500.000.

Bent u een geboren directeur?

Bron: [ManagementOnline](http://ManagementOnline.nl)

Succesvolle bedrijven, waar mensen graag werken, hebben meestal directeuren die met gemak de juiste koers uitzetten en dat op een prettige en inspirerende wijze doen. Met de volgende vragen kunt u nagaan of uzelf, of iemand anders, een 'geboren' leider is.

- Was u altijd (als peuter al) al een baasje? Was u een leider in de dop? Leidde u een voetbalteam of studentenvereniging, was u klassenhoofd?
- Waren uw ouders/grootouders/verdere voorvaders goede managers of leiders? Het maakt niet uit of dat klein- of grootschalig was, het gaat vooral om de rol die zij vervulden. Ook de mate van vooruitgang die zij boekten in die rol is van belang.
- Wat hebt u uzelf aangeleerd? Kennis, communicatieve vaardigheden, openstaan voor ideeën en respectvol optreden zijn bijvoorbeeld eigenschappen die goed zijn aan te leren. Hoe beter u er in bent, hoe hoger uw leiderschapsgehalte.
- Om de top te bereiken moet u dat wel willen! En als de wil maar sterk genoeg is, bereikt u dat ook. Wilskracht of ambitie is daarom misschien wel de belangrijkste factor om echt leiderschap te herkennen. Of dat nu is dankzij aangeboren talent of dankzij de hardnekkige wens om te leren. Bent u ambitieus genoeg?

Nieuwe site voor ondernemers

Bron: [Rijksoverheid](http://Rijksoverheid.nl)

Het bedrijvenloket van de overheid is vervangen door een nieuwe site: www.antwoordvoorbedrijven.nl. De informatie op deze site is afgestemd op het internetzoekgedrag van ondernemers. De bezoeker kan allerlei vragen (zoekcriteria) invoeren, waarop hij antwoord (resultaten) krijgt. Deze kan hij verder verfijnen tot hij de gewenste informatie heeft gevonden.

Ongewenst gedrag ook van chefs

Bron: ANP

Volgens ZebraZone, die 2230 werknemers hebben ondervraagd, wordt bijna 4,5 procent van de werknemers gepest op het werk. En in maar liefst een derde van de gevallen blijkt de baas de dader! In evenveel gevallen zijn het mensen van buiten die pesten, bijvoorbeeld klanten of leerlingen. In de overige gevallen gebeurt het pesten door groepen collega's of door een enkele collega.

De slachtoffers van pesterijen voelen zich meer gestresst en minder gezond. In 2007 leverde dat gemiddeld 20,5 dag verzuim op, tegen gemiddeld 6,4 dagen van niet-gepeste collega's. Bovendien vinden gepeste werknemers dat ze ook minder presteren. Pesten is dus een kostbaar probleem voor een organisatie en moet echt zo snel mogelijk worden aangepakt. Vraag uw bedrijfsadviseur eens hoe u dit zou kunnen doen!

Verplichting tot VCA/VCU-certificering per 1 juli

Natuurlijk is voor een echte ondernemer certificering, welke dan ook, een middel en geen doel op zich. U bepaalt zelf wel wat voor u de meerwaarde is van certificering, ongeacht of dit op het terrein van veiligheid of van kwaliteit is. In de VGM Checklist Aannemers (VCA) versie 2004/04 is opgenomen dat VCA**-gecertificeerde bedrijven vanaf 1 januari 2008 **uitsluitend** nog gebruik mogen maken van (onder)aannemers en uitzendbureaus die voldoen aan alle VCA- of VCU-eisen (VG Checklist Uitzendorganisaties). De *verplichting* daartoe is uitgesteld tot 1 juli 2008.

Wij zien een duidelijke trend: steeds meer opdrachtgevers, zeker van overheidswege, stellen in hun aanbestedingen als eis dat u aantoonbaar voldoet aan die eisen. Dat valt het gemakkelijkst aan te tonen wanneer u als (onder)aannemer of uitzendorganisatie zelf VCA- respectievelijk VCU-gecertificeerd bent. Aangezien het traject van opstart tot certificering ongeveer 3 tot 4 maanden in beslag neemt is het verstandig **nu actie** te ondernemen als het bovenstaande u betreft. Uw IIB-adviseur kan u hierbij uitstekend behulpzaam zijn en *ontzorgen*. Dit geldt ook voor trainingen Basis VCA (ook in het Pools of Duits), VOL VCA of VIL VCU.

Effectief communiceren

Bron: WatsonWyatt

Goede communicatie leidt tot (bijna 50%) meer winst en betrokken medewerkers. Helaas zijn veel managers er nog steeds slecht in. Volgens adviesbureau Watson Wyatt maakt u de communicatie zo effectief mogelijk door:

- 1 altijd uit te gaan van de behoeften van de klant;
- 2 werknemers te betrekken in de bedrijfsvoering;
- 3 managers te helpen effectief te communiceren;
- 4 gebruik te maken van de beste sprekers binnen de onderneming om veranderingen effectief door te voeren;
- 5 de impact van de onderlinge communicatie te meten en
- 6 vast te stellen hoe de werknemers het beleid en de dagelijkse gang van zaken ervaren.

Ondernemingen met betere resultaten behandelen het personeel als volwassenen, betrekken de medewerkers bij beslissingen en communiceren met hen over hoe hun acties de klant beïnvloeden. Maar in de praktijk blijkt minder dan een op de vijf ondernemingen dat feitelijk te doen! Terwijl de best presterende ondernemingen communicatie als topprioriteit beschouwen en tien keer zo vaak communiceren met hun medewerkers.

Berekening waardeoverdracht pensioen gewijzigd

Bron: AWWN

Bij verandering van werkgever hebben werknemers recht op de overdracht van de waarde van hun pensioenaanspraken. De berekening van deze overdrachtswaarde is veranderd met ingang van 1 januari 2008. De nieuwe berekening kan voor de nieuwe werkgever erg vervelend uitvallen. Bij de nieuwe berekeningswijze moet namelijk uitgegaan worden van de marktrente en die rekenrente is voor 2008 voor pensioenfondsen vastgesteld op 4,9 %.

Bij veel direct verzekerde pensioenregelingen zijn de aanspraken verzekerd op 3% rente. Als nu een werknemer van werkkring verandert en daarbij overgaat naar een pensioenregeling bij een verzekeraar, worden de pensioenaanspraken dus ingekocht op basis van 3%, terwijl de feitelijk in te brengen waarde is berekend op de marktrente. Dat veroorzaakt een fors verschil, dat door de nieuwe werkgever moet worden aangevuld – een vervelende onvoorziene kostenpost van soms wel enkele tienduizenden euro's! Maar het kan de werkgever vanwaar de werknemer vertrekt een meevaller opleveren, als die een pensioenregeling heeft met een rekenrente van 3%. Die werkgever kan geld terugkrijgen van zijn verzekeraar als een vertrekkende werknemer zijn pensioenaanspraken overdraagt naar een nieuwe werkgever.

Toch maar liever een vrouwelijke manager?!

Bron: ManagersOnline

Onderzoekers van de Rijksuniversiteit Groningen en van de Universiteit van Tilburg hebben onderzoek gedaan naar de verschillen tussen mannelijke en vrouwelijke leidinggevenden. Enkele interessante conclusies: Mannen kunnen vaker iemand recht in de ogen kijken terwijl ze glashard staan te liegen, zijn egoïstischer en handelen minder netjes (of: maatschappelijk verantwoord) dan vrouwen. Mannen denken ook meer dan vrouwen dat ze veel macht hebben en veel invloed op de salarisverhogingen van hun medewerkers. Mannen zijn vaker dan vrouwen ontevreden met hun salaris én met hun werk. Vrouwelijke managers handelen minder in hun eigen belang en denken ethischer. Bij de volgende vacature toch maar een vrouw selecteren?

Innovatie

De onafhankelijke IIB-adviseurs in Nederland hebben zich voorgenomen om in het jaar 2008 extra aandacht te besteden aan innovatie. Vernieuwing is immers essentieel voor de blijvend succesvolle toekomst van iedere onderneming in elke branche. We hadden het al over verloren intelligentie. Wij merken in de praktijk dat veel ondernemers moeite hebben met het begrip innovatie. Ze hebben er vaak heel ingewikkelde beelden bij en dat is volgens ons helemaal niet nodig. Het gaat niet alleen maar om hele grote, compleet nieuwe uitvindingen of ruimtevaartachtige technieken. Wij gaan uit van de definitie die staat op Wikipedia: **Het proces van innovatie draait erom dingen op een nieuwe (en zo mogelijk ook betere) manier aan te pakken.** Dat is alles! Maar het kan wel gaan om heel verschillende dingen: producten, processen, diensten en zo meer.

De redactie van **Zaken Doen** trapt af en zal voor de komende nummers steeds een andere bij het IIB aangesloten adviseur vragen om in een column in te gaan op een vorm van vernieuwing die hem of haar na aan het hart ligt en die vrij gemakkelijk kan worden gebruikt of ingevoerd in een organisatie. Een column is altijd beperkt van lengte en dat betekent dat de stukjes meestal niet alle aspecten of consequenties van die innovatie kan behandelen! In een column zal over het algemeen de eigen mening van de auteur sterk naar voren komen en daarom staat de naam van de auteur eronder. Indien u dat wenst kan uw bedrijfsadviseur u met hem of haar in contact brengen.

Sociale Innovatie

Eerder gepubliceerd op de website van Management Team

Als coach van ondernemers en professionals ben ik doorlopend bezig met innovatie op individueel niveau – het is immers mijn werk om mijn cliënten dingen op een betere manier te laten aanpakken, onder het motto: *Wij halen het beste in u naar boven!*

Helaas zijn er in dit land ook mensen die er beter in slagen om – m.i. misbruik makend van de vrijheid van meningsuiting - het slechtste in anderen naar boven te halen, met hun polariserende en generaliserende opmerkingen over bepaalde 'bevolkingsgroepen'. Dat kwetst niet alleen een groot aantal mede-landers, het doet ook ons land als geheel geen goed. Nederland heeft in de afgelopen jaren flinke imagoschade opgelopen en dat merken we op vele terreinen. Vele 'buitenlanden' handelen minder graag met ons dan ze in het verleden deden – met consequenties voor onze handelsbalans. Er komen minder buitenlandse studenten in Nederland studeren en veel van de beste Nederlandse studenten gaan naar universiteiten in het buitenland – die 'braindrain' maakt onze universiteiten minder toonaangevend dan ze eeuwenlang waren. Het aantal vacatures in Nederland is al lang aan het stijgen en toch komen op de arbeidsmarkt nog steeds hele groepen (bijvoorbeeld vrouwen, ouderen, mensen van niet-Nederlandse afkomst) niet aan de bak. Het grootkapitaal heeft in de afgelopen jaren steeds meer te zeggen gekregen in het land en zijn we daar als BV Nederland beter van geworden? Kijk naar de zorg of naar het onderwijs – heeft al het gerommel richting 'marktwerking' de zaak verbeterd? En zijn we er gelukkiger van geworden?

Als coach werk ik vanuit de overtuiging dat iedere mens en iedere organisatie in de kern goed is en goed wil. Pas als mij het tegendeel is bewezen, houd ik op met die positieve benadering. En dan ga ik niet onmiddellijk over op het andere uiterste – een negatieve benadering. Nee, dan zit er altijd nog een periode van 'volgen en niet benaderen' tussen – die ook oneindig kan zijn. Ik geloof in 'the power of positive thinking', want die heb ik in mijn leven al keer op keer ervaren en ook bij anderen goed zien werken. Als het niet zo modieus zou klinken zou ik nu ook nog kunnen verwijzen naar *The Secret...*

Ik vind dat 'de BV Nederland' de komende tijd vooral moet innoveren op het intermenselijke vlak. Ik ga dus door met coachen en roep iedere lezer op om allen die zij in hun leven tegenkomen de kans te geven om te ontdekken én te laten zien wat zij in hun mars hebben en hen de mogelijkheid te geven om die talenten te ontwikkelen: *Wat erin zit moet eruit kunnen komen* – nog een oud motto van mij.

Als we ons allemaal richten op wat wij zelf kunnen doen en hoe wij zelf kunnen handelen om het beste in alle mensen naar boven te halen, zou de technologische innovatie dan niet vanzelf ook volgen?

Margriet Guiver-Freeman, AInstIB

Grote risico's door 'Internetshoppen'

Bron: ICT Barometer van Ernst & Young

E-commerce floreert in Nederland als nooit tevoren. Er komen steeds meer webwinkels en online-winkelen mag zich in een explosief stijgende populariteit verheugen. Van de ondervraagden zegt bijna 60% in 2007 voor bedrijfsaankopen vaker van internet gebruik te hebben gemaakt dan in 2006. Bij bedrijven is er ook een stijging merkbaar van zowel de elektronische inkoop als de elektronische verkoop. Daarnaast is de frequentie van online-winkelen en het vergelijken van prijzen aanzienlijk gestegen. Was dit in 2006 nog slechts een paar

keer per maand, inmiddels is dit toegenomen tot enkele keren per week.

Consumenten, maar ook bedrijven zijn zich echter onvoldoende bewust van de risico's van online-winkelen. De gevolgen kunnen desastreus zijn. Bijna de helft van de bedrijven zegt tijdens hun e-commerce-activiteiten vaak in ernstige mate met *cybercrime* (criminaliteit op of via het internet) te maken te hebben. Dit geldt in het bijzonder voor het MKB.

Hoe wordt u een charismatische leider?

Bron: *ManagementOnline*

Do's

Een charismatisch leider:

1. komt naar je toe
 2. stelt vragen
 3. knikt en kijkt je aan
 4. glimlacht
 5. zegt ja
- en soms nee...

Don'ts

Een charismatisch leider:

1. sluit zich niet af
 2. toont geen ongeduld
 3. drijft zijn zin niet door
 4. breekt geen beloften
 5. eist niet
- en zegt nooit nooit...

Tien manieren om je zakelijke relaties te versterken

Bron: *Just For Small Business, Ty Freyvogel 'Making Sense of Your Business'*

Een van de belangrijkste succesfactoren voor een ondernemer is het leggen van goede relaties met andere mensen. Niemand redt het door alleen stil in een hoekje te gaan zitten. Toch zijn veel ondernemers echte solisten die nogal eens dreigen te vergeten om aandacht te besteden aan hun werknemers, hun leveranciers, klanten en alle anderen die maken dat hun bedrijf goed loopt. Ty Freyvogel vindt dat zij deze relaties zouden moeten versterken en reikt daarvoor de volgende manieren aan.

1. Leer de mensen met wie u samenwerkt zo goed mogelijk kennen en doe iets met die kennis. Zorg dat zij zich bij u blijven thuisvoelen.
2. Behandel je leveranciers net zo goed als uw eigen mensen.
3. Onthoud verjaardagen en stuur felicitatiekaartjes.
4. Creëer een grotere binding door uw medewerkers medeverantwoordelijk te maken voor uw onderneming.
5. Vraag uw klanten hoe u ze (nog) beter van dienst kan zijn. Praat met uw klanten!
6. Houd je bank te vriend door aflossingen op leningen op tijd te betalen.
7. Houd contact met uw mentoren: de mensen die u waardevolle adviezen hebben gegeven bij uw start of de mensen die u nu meteen belt als u advies nodig hebt.
8. Geef erkenning voor werk dat goed gedaan is. Iedereen krijgt graag complimenten en dat geldt zeker voor uw medewerkers. Geef complimenten die u krijgt van anderen ook door aan degene die het werk feitelijk gedaan heeft en maak dit ook bekend bij de rest van het bedrijf: *Ere wie ere toekomt!* Werknemers in het MKB zijn over het algemeen gevoeliger voor dit soort erkenning dan voor geld.
9. Wees niet te star voor de mensen op wie u kunt rekenen. Enige flexibiliteit in de omgang met leveranciers of werknemers levert heel veel goodwill op en die kan u in de toekomst nog wel eens nodig hebben!
10. Zorg dat werknemers alle faciliteiten krijgen die ze nodig hebben om hun werk te kunnen doen.

Hoe veel ambitie of talent u ook hebt, hoe hard u ook werkt – geen enkele ondernemer is in zijn eentje verantwoordelijk voor zijn succes. Vergeet nooit dat er een dorp nodig is om een bedrijf te runnen! Positieve zakelijke relaties maken het ondernemen gemakkelijker. Hoe meer mensen geven om u en uw bedrijf, des te succesvoller bent u.

Identificatieplicht uitgebreid

Bron: *Arenthals Grant Thornton*

Wist u al dat per 1 januari 2008 de identificatieplicht is uitgebreid? Tegenwoordig moet u niet alleen de identiteit van uw medewerkers controleren en een kopie van het **identiteitsbewijs** bewaren bij uw loonadministratie. U bent ook verplicht de **werk- en verblijfstatus** van de werknemer te controleren en ook hiervan een bewijs op te nemen in uw loonadministratie.

Als u dat niet (correct en tijdig) doet, zal de medewerker worden beschouwd als anonieme werknemer en daarvoor geldt het anoniementarief

voor de af te dragen loonbelasting en premies volksverzekeringen: 52 %.

Bovendien geldt nu een **zesmaandenfictie**. Dat wil zeggen dat, als bij controle blijkt dat u een medewerker niet hebt opgenomen in de loonadministratie of als er een medewerker is voor wie geen **eerstedagsmelding** is gedaan, men ervan uitgaat dat die werknemer al zes maanden bij u in dienst is. U zult dan over die zes maanden naheffingsaanslagen opgelegd krijgen tegen het anoniementarief, plus de daarbij horende boetes.

Zoekt u nog werknemers?

Bron: *CBS*

Halverwege 2007 zaten in Nederland ruim 225.000 mensen in een reïntegratietraject dat werd betaald door hun gemeente: meer vrouwen dan mannen, ruim de helft ouder dan veertig jaar, bijna evenveel 'nieuwe' als 'oorspronkelijke' Nederlanders. Bijna één op de vijf (vaker mannen dan vrouwen, veel veertigplussers, meer 'oude' dan 'nieuwe' Nederlanders) had een gewoon dienstverband bij een werkgever, die loonkostensubsidie ontving. Andere reïntegratievoorzieningen zijn vooral scholing, werkervaringsplaatsen en kinderopvang. Ruim 30% van de trajectvolgers woonde in Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Utrecht of Tilburg.

De afsluiter Welkom in 2008

Welkom in het nieuwe jaar! Ik hoop dat u een goed jaar beleeft.

Wat betekent dat voor u: "een goed jaar"? Welke mooie woorden horen daarbij? Ik heb ooit met startende ondernemers een spel gedaan waarin ze letters konden kopen en ruilen om vervolgens woorden op de markt aan te bieden. In eerste instantie leidde dat tot een bloemlezing van mooie woorden, die ons een warm gevoel geven en waarvan we hopen dat anderen ze graag horen. Omdat we ze zelf graag horen.

Welke woorden wil u het liefst horen? Roept u maar! Wat denkt u? *Vrijheid? Liefde? Geld? Seks? Binnen? Gezellig? Genot? Lust? Lekker? Erkenning? Roem? Winnen? Kwaliteit? Zin? Schoonheid? Balans? Cash?*

Uit onderzoek blijkt dat de meeste mensen hun eigen naam het mooiste woord vinden. Gevolgd door woorden die naar hun primaire drijfveren verwijzen. Uit de woorden hierboven waar u "Ja!" op dacht, weet u waarschijnlijk wel waar u warm van wordt of waarnaar u op zoek bent – als dat u überhaupt nog niet opgevallen was. Het waren in ieder geval woorden van deze strekking die in het mooie-woorden-spel vaak tegen grote kosten geproduceerd werden. Als ervaringsdeskundige, kan ik zeggen dat je de mensheid kunt opdelen in vier soorten: zij die **macht, winst, status** of **genot** zoeken. Het is maar een weet.

Wat voor goede voornemens maakte u voor 2008? *Meer uw zin? Meer cash? Een mooie kar? Een strakker lichaam? Die wereldreis? Of: Eindelijk eens rust?* Op welke mooie woorden heeft u ingezet?

Ik weet niet hoe u er in staat, maar het probleem van goede voornemens is dat ze vaak meer wens dan concreet voornemen zijn. Er wordt veel gedroomd. Maar het wordt niet doorvertaald in wat we daadwerkelijk moeten gaan doen. En wat dat dan betekent in de praktijk. Het is te veel toekomstige tijd. De "doen-factor" ontbreekt. Want: wat betekent meer winst? *Waar moet die winst vandaan komen? Hoe gaan we dat voor elkaar boksen? Wat moeten we dan anders doen en veranderen? Hoe overtuigen we onze mensen ervan dat dit nodig is? Hoe overtuigen we ze ervan dat dingen anders moeten? Hoe houden we ze op het goede pad? Welke obstakels gaan we tegenkomen? Hoe weten we zeker dat anderen niet ook gaan veranderen en ons wellicht voorbij streven?* Als je op deze manier doorvraagt – en dat moet als we het voornemen echt willen bereiken – dan wordt het voornemen al veel minder aantrekkelijk. Er komt veel, heel veel, gedoe bij kijken.

Het is als zoveel dingen: ze zien er van een afstand aantrekkelijk uit, maar van dichtbij stinken ze naar veel werk en problemen. Typisch iets waar we niet meer rust van krijgen en dat ons uit het normale doen duwt. Want als er iets is waaraan we ook in 2008 – net als daarvoor – vooral gebrek hebben is het: tijd en energie. **Tijd** is ironisch genoeg het enige waar we zelf vrijelijk over kunnen beschikken. Maar waaraan we als ondernemers, voor zover ik weet, allemaal tekort hebben. Wellicht komt dat omdat je het niet kunt kopen en alleen door slim en efficiënt gedrag en goede organisatie kunt vrijmaken.... En dat zijn juist weer dingen die **energie** kosten en ons afhouden van het ondernemen waar we zo van houden.

Een paar echte slimmeriken onder ons hebben zich in 2008 daarom voorgenomen om meer tijd vrij te maken. Voor zichzelf. Voor vrienden en familie. Of: gewoon om wat beter in het bedrijf te staan. Wie wil dat niet? Het lijkt het ideale voornemen. Tijd koopt immers de mogelijkheid om onze drijfveren goed na te streven, wat die drijfveren ook mogen zijn. Maar... ook hierbij is de "doen-factor" minder aantrekkelijk. Het betekent: "Nee!" zeggen, prioriteiten stellen, zaken uit je handen laten vallen, wetende dat ze schade zullen berokkenen of er kansen gemist gaan worden, half werk leveren, maar vooral ook... veel plannen, delegeren en afstand nemen. Meer **manager** dan ondernemer worden! Dan hebben we wellicht de tijd om meer te genieten en een mooi huis, boot, auto of een paard te kopen. Of het geaccumuleerde kapitaal uit te geven aan een wereldreis. Maar dat kan eigenlijk alleen als je echt afstand neemt van je bedrijf en er vrede mee hebt dat iemand anders je onderneming leidt. Je bent dan eigenlijk meer **rentenier** dan ondernemer! Meer iets dat je doet als je eigenlijk al afscheid neemt van je bedrijf.

Tel uit je winst voor 2008! Als je gewoon voor het ondernemerschap kiest, is er echt maar één goed voornemen: laten we er weer vol voor gaan, als gepassioneerde idioten die van ons vak houden en tegen de stroom in eigenwijs de koers vasthouden.

Mag ik u een tip geven? Besteed in 2008 één dag per maand aan het praten en nadenken over je eigen bedrijf met iemand die er met verstand over kan praten. Neem uzelf, daarnaast, voor om drie zaken – hoe klein ook – uit de weg te helpen waarvan u als ondernemer echt af wil en die in uw bereik liggen.

Wat zou u kiezen? *Eindelijk van die vervelende werknemer afscheid nemen? Eindelijk eens dat nieuwe product op de markt zetten? Eindelijk eens die ene klant inlijven? Eindelijk eens dat keurmerk halen? Eindelijk eens af raken van de uitstaande debiteuren? Eindelijk eens die vacature goed invullen?* Ik roep maar wat zijstraten! Goede voornemens zijn als die woorden die we mooi vinden, en waarvan we dromen. Ze kosten veel energie. Daarom moeten we ze behapbaar, praktisch houden. We moeten hun praktische verkleinvorm vinden in de tegenwoordige tijd.

Overigens was de moraal van het mooie-woorden-spel natuurlijk dat het er niet om gaat wat jij zelf een mooi woord vindt, maar welke woorden "op de markt" mooi gevonden worden. En dat dat regelmatig verandert. Een goede ondernemer is dus niet zozeer bezig met zijn eigen ego, vermogen, aanzien of gemak na te jagen maar moet vooral de blik scherp hebben op wat er door de markt gevraagd wordt. Natuurlijk is het makkelijker als je die twee in elkaars verlengde kan leggen. Dan sta je in je kracht.

JvM