

BoschlandMagazine

Nr. 2 - 2011

OPENING PAND HENGELO

INTERVIEW

AL ZIT JE IN EEN DIEP DAL, JE KOMT ER WEER STERKER UIT.
DIE PET RIJDT OOK EEN MERCEDES

SOCIALE MEDIA: ZEEPBEL OF NOODZAAK?

INFORMATIE EN TIPS



Column

Doorpakken!

Het is najaar!

Is het u ook opgevallen dat het eerder donker wordt en we weer de verwarming aan moeten zetten? Voor sommige mensen zet het najaar aan tot negatieve gedachten en lamelijkheid. Nog maar zoveel weken tot Kerst, het jaar is zo weer om. Ook de berichtgevingen zijn gebaseerd op "de"crisis. We rennen van bankencrisis en landencrisis naar eurocrisis! Niemand durft meer echt te ondernemen, het goede voorbeeld ontvangen wij ook niet van onze overheden uit Europees verband. In mijn beleving wordt er om de hete brij heen gedraaid en niemand neemt verantwoording. Neem een beslissing! Het wordt tijd dat er een leider opstaat die de richting aangeeft en zondig met de vuist op tafel slaat. Daadkracht geeft duidelijkheid. Duidelijkheid wordt zekerheid waardoor het vertrouwen in de economie terugkeert en de consument weer gaat kopen.

Wij, als Boschland Accountants & Adviseurs, zijn niet bij de pakken neer gaan zitten. Is het u al opgevallen dat de Boschland Magazine in een nieuw jasje is gestoken? Na bijna 10 jaar was het nodig om het ontwerp te vernieuwen en op te frissen. Wij zijn ontzettend benieuwd naar uw reactie! Twitter (@boschland) of mail (info@boschland.nl) het ons.

In ons magazine leest u dat wij eind juni 2011 verhuisd zijn naar ons nieuwe pand in Hengelo (Gld.). Op 9 september jl. is ons pand feestelijk geopend.

We hebben als kantoor de 1e stappen gezet in de wereld van het Social Media. U kunt ons vinden/volgen op LinkedIn en Twitter. Wij plaatsen regelmatig nieuws, links en korte berichten. Wij kiezen er nadrukkelijk voor om regelmatig wat van ons te laten horen, zo wordt u over de meest relevante ontwikkelingen op de hoogte gehouden. Zowel via de Social Media maar vooral persoonlijk.

Ook in moeilijke tijden staan wij voor u klaar met een passend advies en een persoonlijke benadering. Niet afwachten, actief bezig zijn en doorpakken!

Ook de 2 rasondernemers, Marien van Voorthuijsen en Wim Beulink, zijn succesvol in hun vak. Ook in moeilijke tijden. Ik citeer hierbij Marien van Voorthuijsen; Al zit je in een diep dal, je komt er weer sterker uit!

Ik wens u veel leesplezier!

Henk Hoksbergen
Twitter: @henkdhoksbergen
LinkedIn.com/in/henkhoksbergen

Inhoud

Column 2

Artikel:

Nieuw pand in Hengelo (Gld.) opent zijn deuren 3

Interview: Ondernemer Marien van Voorthuijsen

Al zit je in een diep dal, je komt er weer sterker uit. 4

Informatie & tips met o.a.

Werkkostenregeling: kans of bedreiging? 8

Kans van overlijden groter na ontvangst salaris 8

Einde aan verlening regeling versnelde afschrijving..... 8

Mededeling loonheffingen aangifte doen en betalen vervalt 9

Interview: Varkensboer Wim Beulink

Die pet rijdt ook een Mercedes.....10

Artikel:

Sociale media: zeepbel of noodzaak?.....14

Colofon

BoschlandMagazine verschijnt twee maal per jaar.

Concept en realisatie

Studio Pothoff, Veenendaal

Drukwerk

Grafiteam, Veenendaal

Interviews

Filter interne en externe communicatie, Overberg

Tips en informatie

Boschland Accountants & Adviseurs

Voor meer informatie

www.boschland.nl

Voor drukfouten en/of eventuele verschrijvingen wordt door ons geen aansprakelijkheid aanvaard.



Nieuw pand Boschland in Hengelo (Gld.) opent zijn deuren

In 2002 nam Boschland Accountants & Adviseurs accountantskantoor Sloot uit Hengelo over, in 2011 opent het bedrijf een gloednieuw pand.

Een pand dat symbool staat voor de moderne en degelijke aanpak die Boschland haar klanten biedt.

Het nieuwe pand heeft veel glas waardoor een ruimtelijk, en rustige uitstraling ontstaat. Er zijn royale spreekkamers om klanten goed te kunnen ontvangen en ook aan scholingsruimte voor het personeel is gedacht. Vestigingsleider Marco Bos: 'Scholing van onze medewerkers is ontzettend belangrijk. Wet- en regelgeving verandert snel en we willen onze klanten kunnen bedienen met de meest actuele kennis. Vandaar dat deze ruimte goed wordt benut.'

Schoenendoos of online?

Boschland heeft altijd gekozen voor een professionele organisatie met een lokale inbedding. Vandaar dat het bedrijf naast Hengelo vestigingen heeft in Rhenen, Lienden, Ede en Twello. De directeuren Nico Wagenvoort en Henk Hoksbergen geloven in de combinatie van een sterke, grotere organisatie en lokaal aanwezig zijn. Nico: 'Een accountantskantoor in deze tijd heeft omvang nodig om de klanten goed te kunnen bedienen. Klanten verschillen in hun behoeften: de een wil van een schoenendoos met bonnetjes naar een jaarrekening, de ander wil zijn boekhouding online kunnen doen. De ene ondernemer heeft fiscaal of juridisch advies nodig en een volgende zoekt hulp bij het verzamelen van tussentijdse cijfers om te kunnen


sturen op kosten. Als middelgroot bedrijf met 70 medewerkers kunnen wij al deze klanten bedienen. We hebben de kennis en automatisering in huis, terwijl we dicht bij ze in de buurt blijven: persoonlijk contact staat nog steeds centraal in ons bedrijf.'

Lokale betrokkenheid

De lokale inbedding van Boschland vertaalt zich in een sterke lokale betrokkenheid. Zo is de opening van het nieuwe pand de aanleiding om een goed doel te steunen. Nico: 'In Hengelo zijn diverse mensen actief om geld bijeen te brengen voor een rolstoelfiets voor Litanía Blom, een zwaar gehandicapt meisje uit Hengelo. Zo'n rolstoelfiets is een kostbare zaak. Wij steunen deze actie en zijn hard aan de slag gegaan om geld in te zamelen. Ook de relaties die aanwezig waren bij de opening van ons pand hebben gul gegeven, dank daarvoor!'



Het nieuwe pand van Boschland Accountants & Adviseurs is gevestigd aan de Hengelosestraat 28 in Hengelo (GLD), telefoon: 0575 - 46 13 91.

U kunt nog steeds bijdragen aan de rolstoelfiets voor Litanía via uw gift op 32.74.06.631 tnv Boschland Accountants & Adviseurs onder vermelding van Fiets Litanía. 



Ondernemer Marien van Voorthuysen:

**‘Al zit je in een diep dal,
je komt er weer sterker uit.’**

Een nertsenfokkerij, een geitenopfokkerij en een boomkwekerij in één bedrijf, een VOF. Drie verschillende loten, aan één stevige, bedrijfsmatige stam. Zo hebben Marien van Voorthuysen, zijn echtgenote Jannette en zoon Jan hun passies en toekomst veiliggesteld.

We zitten aan de gezellige koffietafel in de bedrijfswoning van Marien en Jannette in de Betuwe, het laanbomencentrum van Nederland. Marien komt uit een boerenfamilie en wilde toen hij 12 jaar was niets liever dan koeien melken, maar de omstandigheden waren er niet naar. Marien: ‘Er was geen toekomst voor het bedrijf van mijn vader en ooms dus ging ik na de Landbouwschool bij een boer werken. Die boer had koeien maar ook nertsen. In 1985 ben ik met mijn moeder naar de bank gegaan omdat ik grond wilde kopen.’ Marien verklaart de aanwezigheid van zijn moeder bij het gesprek met de bank in onvervalsde Betuws: ‘Ik was nog nie mondig genoeg om allin te goan!’ Met die mondigheid kwam het snel goed en 26 jaar later heeft Marien een nertsenfokkerij met 3000 moederdieren en 20.000 pups, met een voornamelijk Chinese afzetmarkt. Daarnaast fokt hij samen met zijn vrouw 600 geiten per jaar op en begeleidt hij zijn zoon bij de opbouw van een innovatief boomkwekerijbedrijf.

Dierengevoel

De nertsenfokkerij ligt al jaren in de politieke frontlinie in Nederland. Marien: ‘Het is jaren politiek zo spannend geweest, dat we ons afvroegen of we wel fokker konden blijven. Ik heb bij de bank gestaan of ik een kruiwagen mocht kopen, zo moeilijk hebben we het gehad. Maar ik heb de deuren van mijn bedrijf altijd wagenwijd opengezet om te laten zien hoe onze dieren leven. Ik heb dicht op de politiek gezeten, en meegewerkt aan het welzijnsplan voor de pelsdierhouderij. Onderzoek naar het dierenwelzijn heeft rust gebracht. Er kwam uit dat de nerts het goed heeft in de Nederlandse bedrijven. De sector heeft ook veel gedaan aan dierenwelzijn, bijvoorbeeld op het gebied van verblijfverrijking: we hebben klauterkooien en in elke kooi zit een speeltje. De moeder kan zich terugtrekken van de jongen en er zijn regels voor het aantal dieren per kooi.

De controle hierop door de AID is heel goed, en dat hoort ook zo. Maar ook de houding van de Nederlander is veranderd. Je ziet weer bont in het straatbeeld en de jongere generatie vindt het wel belangrijk dat een nerts goed heeft geleefd, maar is niet principieel tegen bont. Toch kennen veel mensen dieren nog steeds gevoelens toe die een dier niet heeft. Een nerts denkt niet: ‘Och heden, over twee maanden ga ik de bontjas in’. Maar een dier heeft wel gevoel. We hebben de plicht er goed voor te zorgen en dat doen we ook, elk uur van de dag.’

Toekomst nertsenfokkerij?

Ondanks de strijd die Marien en Jannette hebben geleverd voor hun bedrijf, gaan zij ervan uit dat het einde van de nertsenfokkerij in Nederland in zicht is. Marien: 'Onze grootste angst is dat alle investeringen die we hebben gedaan de afgelopen jaren straks van tafel worden geveegd. Maar we hebben een sterke belangenvereniging die ervoor vecht dat de knip wordt getrokken als de 180 bedrijven die er nog zijn, verplicht moeten stoppen.' De start met eerst melkgeiten en later opfokgeiten, was het antwoord van Marien en Jannette op het dreigende einde van de nertsenfokkerij in Nederland. Marien: 'Met de melkgeiten stonden we voor de keuze uit te breiden van zeshonderd naar duizend, die schaal heb je gewoon nodig voor een rendabel bedrijf. Maar onze zoon Jan wilde liever in de bomen door. Toen hebben we de melkgeiten verkocht en met de opbrengst hebben we de boomkwekerij een goede start gegeven.'

Zo vader, zo zoon

Ondernemers zijn het, vader en zoon Van Voorthuijsen, van kindsbeen af. Had Marien op zijn veertiende jaar 140 mestvarkens, Jan, nu 23 jaar, had op die leeftijd 4000 bomen. Inmiddels kweekt Jan tweehonderd soorten laanbomen en sierheesters en levert hij bomen in pot aan een tuincentrum in de buurt. Hij kweekt op vijf hectare grond: bij huis, in Dodewaard en in Eimeren, maar hij stapt langzamerhand af van kweken in de volle grond. Jan: 'We zijn een andere weg in geslagen en hebben geïnvesteerd in het gotensysteem. Dit bestaat uit rijen met goten die op werkhoogte staan, en die automatisch worden gevuld met de goede potgrond. Ook het rooien verloopt geautomatiseerd.'



We hebben deze maand onze eerste oogst en het materiaal ziet er heel goed uit.' Het gotensysteem is geschikt voor bomen tot een jaar en heeft veel voordelen. Jan: 'Het werkt fantastisch. De grond is altijd precies goed voor de soort boom, van ziektes is geen sprake waardoor spuiten met chemicaliën niet nodig is en er groeit nauwelijks onkruid. Het is geschikt voor alle soorten bomen en dit jaar doen de prunussoorten het super in de goot!' Marien kijkt trots naar zijn zoon en zegt: 'Hij heeft wel body gekregen, hoor! Drie jaar geleden had hij enorme hagelschade en kon hij opnieuw beginnen. Dat is gelukt, mede dankzij de hulp van een laanbomenkweker uit de buurt, Jan Mauritz. Al zit je in een diep dal, je komt er weer sterker uit.'

Vierde loot aan de stam?

De familie Van Voorthuijsen ziet de toekomst met vertrouwen tegemoet. Het land voor de uitbreiding van het gotensysteem staat klaar en de geiten zijn een prachtige manier om de boterham te verdienen. Het einde van de nertsenfokkerij in Nederland is als een donkere wolk voor de familie maar zij zijn voorbereid. De veelzijdigheid van hun bedrijf biedt de waarborg voor de toekomst. Een nieuwe loot aan de stam van de VOF van de familie dient zich inmiddels aan. Jongste zoon Ries, is door Marien en Jan betrappt op een bovenmatige belangstelling voor laanbomen en heesters..... [AB](#)



Informatie & Tips



Werkkostenregeling: kans of bedreiging?

Ongetwijfeld heeft uw organisatie zich al georiënteerd op de financiële gevolgen van de WKR. Misschien blijkt het voor u zelfs voordeliger om over te stappen naar deze nieuwe regeling. Maar heeft u ook al stil gestaan bij de organisatorische inbedding? Het is namelijk beslist geen sinecure om op een juiste wijze uitvoering te geven aan de WKR.

In het 'oude' fiscale regime mocht u als werkgever onder specifieke voorwaarden onbelast vergoeden en verstrekken aan medewerkers. In de WKR is er een 'vrije ruimte' van 1,4 procent van het loon voor loonheffingen waarbinnen u onbelast mag vergoeden of verstrekken. Daarnaast geldt een aantal gerichte vrijstellingen en nihil waarderingen op bepaalde vergoedingen en verstrekkingen die geen beroep doen op de genoemde vrije ruimte. Een gedegen inventarisatie van de huidige vergoedingen en verstrekkingen en de kwalificatie hiervan in termen van de WKR is een must om de fiscale gevolgen van invoering van de WKR in kaart te brengen. Buiten deze fiscale gevolgen, heeft invoering van de WKR ook verregaande gevolgen voor beleid, processen en administraties van uw organisatie.

Heikel punt

Uw werknemers goed en volledig informeren is bij invoering van de WKR geen overbodige luxe. Let wel dat het hierbij gaat over arbeidsvoorwaarden, hetgeen vaak een heikel punt is.

Tot en met 2013 mag de werkgever ieder jaar opnieuw kiezen: de WKR of de bestaande regels. Na 2013 geldt de WKR voor alle werkgevers. Het is in ieder geval belangrijk om hier de komende tijd bij stil te staan en de gevolgen van de regeling in te schatten en uw beleid, processen en administratie hierop aan te passen.



Kans van overlijden groter na ontvangst salaris

U kijkt misschien elke maand naar de dag uit waarop u uw salaris ontvangt. Maar uit onderzoek blijkt dat dit helemaal niet zo'n vreugdevolle dag is. De dagen na ontvangst van uw salaris heeft u namelijk meer kans om te overlijden. De sterftecijfers liggen op die dagen namelijk een procent hoger dan in de rest van de maand.

Hartaanval

Op basis van gegevens over 1973 tot en met 2006 van verschillende groepen mensen hebben onderzoekers de sterftecijfers in verband gebracht met de dag van het ontvangen van het salaris. Hieruit bleek dat er in elke bevolkingsgroep meer mensen overleden de dag nadat ze salaris ontvingen. Deze hogere sterftecijfers zijn waarschijnlijk het gevolg van meer activiteiten bij mensen die net hun salaris hebben ontvangen. Zo gaat u bijvoorbeeld geld uitgeven (het is immers weer genoeg) en hiervoor moet u reizen. U loopt dan wel meer kans op een verkeersongeval of hartaanval. Wilt u de kans verkleinen blijf dan een keertje binnen als u salaris heeft ontvangen.



Einde aan verlening regeling versnelde afschrijving

De regeling voor versnelde (willekeurige) afschrijving op investeringen in bedrijfsmiddelen was een tijdelijke maatregel van de overheid om de gevolgen van de crisis te verlichten. Dit jaar kunt u hier voor het laatst gebruik van maken. Dit betekent dat investeringen die nog dit jaar gedaan worden in twee jaar kunnen worden afgeschreven. In het investeringsjaar mag maximaal 50% worden afgeschreven en het restant in één of meer volgende jaren. Ondernemers die investeringen hebben gedaan in 2010 kunnen versneld afschrijven, mits het bedrijfsmiddel vóór 1 januari 2013 in gebruik wordt genomen. Voor investeringen in 2011 geldt een ingebruikname van het bedrijfsmiddel vóór 1 januari 2014.



Mededeling loonheffingen aangifte doen en betalen vervalt

Per 1 januari 2012 krijgen inhoudingsplichtigen niet meer aan het eind van elk aangiftetijdvak van de Belastingdienst een mededeling met de vraag hun aangifte loonheffingen op tijd te doen en te betalen. Ook ontvangen zij de bijbehorende acceptgiro niet meer.

In november krijgen werkgevers de 'Aangiftebrief loonheffingen' voor 2012. Hierin staan de aangiftetijdvakken van 2012, de bijbehorende uiterste aangifte- en betaaldatum en betalingskenmerken. Wie nu de acceptgiro gebruikt, moet vanaf 2012 zelf een overschrijving doen en daarbij het betalingskenmerk van de aangifte vermelden. Vanaf volgend jaar is het dus zaak zelf de betaaldatum e.d. in de gaten te houden. Bewaar daarom de aangiftebrief loonheffingen die u november ontvangt!

Nieuwe opzet zelfstandigenaftrek (IB-ondernemer)

Er komt één vast aftrekbedrag van € 7.280. De oude opzet in acht schijven, waarbij de aftrek afloopt bij oplopende winst, vervalt. Voor deze basisaftrek gelden dezelfde voorwaarden als voor de huidige zelfstandigenaftrek. Aftrek is dus alleen mogelijk voor de ondernemer die aan het urencriterium voldoet. Met deze maatregel wil het kabinet ambitieuze ondernemers tegemoet komen en de 'straf op groei' wegnemen. Ondernemers met een winst vanaf € 53.975 gaan profiteren van de nieuwe opzet. Bij winsten onder de € 18.855 krijgen ondernemers in de toekomst minder basisaftrek dan in de huidige opzet.

Jaarlijkse bijdrage Kamer van Koophandel

De heffing die de Kamer van Koophandel ondernemers jaarlijks in rekening brengt, gaat eveneens verdwijnen. De heffing wordt in 2012 10% lager en vanaf 1 januari 2013 verdwijnt de heffing helemaal.

Crisismaatregelen

Het tarief van de overdrachtsbelasting is tijdelijk verlaagd van 6% naar 2%. Kopers die een woning verkrijgen tussen 15 juni 2011 en 1 juli 2012 profiteren van het lagere tarief. Het gaat hierbij om het moment van het ondertekenen van de akte bij de notaris.

Met de tariefsverlaging wil het kabinet het tijdelijk aantrekkelijker maken om nu een huis te kopen en daarmee een impuls geven aan de woningmarkt. Verder gelden er nog steeds twee oudere crisismaatregelen voor de woningmarkt:

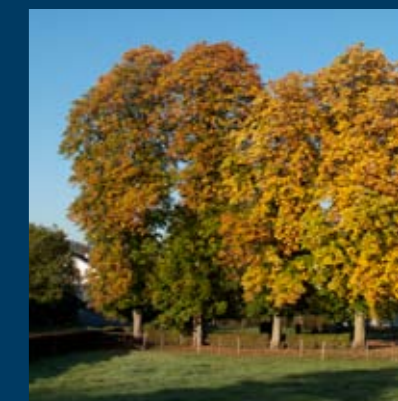
Dubbele hypotheeklasten

De periode waarin mensen met dubbele hypotheeklasten (nieuw huis gekocht, oude woning nog niet verkocht) voor beide huizen in aanmerking komen voor hypotheekrenteaftrek, is drie jaar. Deze tijdelijke regeling vervalt eind 2012. Per 1 januari 2013 gaat de oude termijn van twee jaar weer gelden.

Hypotheekrenteaftrek na verhuur

De regeling waarbij mensen na een verhuurperiode weer recht hebben op hypotheekrenteaftrek loopt tot eind 2012.

Koopt u binnen nu en enkele maanden een nieuwe woning, dan betaalt u 4% minder overdrachtsbelasting. De verlaging van het tarief geldt voor alle woningen en voor het woondeel in bedrijfspanden met een gedeeltelijke woonfunctie.





Wim Beulink is varkensboer. En niet zo maar een. Hij mest 20.000 varkens, waarvan 10.000 in Nieuw-Weerdinge (Drenthe) en 10.000 net over de grens in Duitsland. Zijn filosofie is oer-Hollands en samen te vatten met twee woorden: groeien en grond.

Wim Beulink en zijn vrouw Gerrie zijn klein begonnen. Ooit hebben zij een klein gemend bedrijf in Zelhem (Achterhoek) overgenomen van vader Beulink met 37 melkkoeien en 2000 vleesvarkens. Maar Wim had ambities. Hij verliet de Achterhoek en in 1997 stond er een volledig toekomstproof varkensbedrijf klaar in Nieuw-Weerdinge dat aan de hoogste milieu- en dierenwelzijnseisen voldeed. Groot was de klap toen bleek dat de vergunning die hij had van de ene dag op de andere was ingehaald door de nieuwe regels, afgekondigd door de toenmalige minister van Landbouw Natuurbeheer en Visserij in het kabinet Kok, Jozias van Aartsen: fosfaatrechten gingen over in heffingen per dier. Wim Beulink vertelt: 'Van de ene dag op de andere hadden we een illegaal bedrijf, maar wel een gloednieuw bedrijf. Je weet niet wat je dan overkomt. De bank trekt zich terug, je krijgt financiële problemen. Onze redding is geweest dat ik ons Zelhemse bedrijf voor 12 jaar had verhuurd aan onze veevoederleverancier. Daardoor kon de bank ons niet verkopen. Bovendien hielp deze leverancier ons door voer te blijven leveren. Zo hebben we het gered tot we in 2002, na gerechtelijke procedures, alle rechten en vergunningen in orde kregen. Zoiets wil ik nooit meer meemaken.'



Varkensboer Wim Beulink over kostenbeheersing, groei en grond:

‘Die pet rijdt ook een Mercedes’

Grond is zekerheid

Sinds 2002 heeft Wim Beulink grote stappen kunnen maken. De vergunning voor uitbreiding naar 15.000 varkens in Nieuw-Weerdinge is onderweg. Hij heeft 12 hectare grond, verhandelt en vervoert zijn eigen mest en kijkt altijd om zich heen om meer grondaankopen te kunnen doen. Het bezit van grond is voor boeren van belang omdat zij daarmee hun mestafzet kunnen waarborgen. Een varkensboer kan 20 varkens per hectare houden. Wim Beulink heeft dus 500 hectare grond nodig om volledig in zijn eigen mestafzet te kunnen voorzien. Die grond heeft hij niet, vandaar dat hij de mest die hij overhoudt, verhandelt. Wim: 'Mijn visie is gebaseerd op grond en groei in de bedrijven. Grond is zekerheid voor de mestafzet. Maar vroeg of laat kan ik er ook meer mee en ik wil niet afhankelijk zijn. Gelukkig is de vraag naar mest groot in onze regio. We zitten midden in een akkerbouwgebied. Bovendien leveren wij homogene mest, mest van constante kwaliteit, en dat hebben de akkerbouwers graag. Wij rijden de mest dagelijks, met drie eigen vrachtauto's. Daarmee is de mesthandel een belangrijk onderdeel van onze bedrijfsvoering.'

Gaspedaal

Beulink is heeft gezond bedrijf. Wim: 'Wij zijn een van de weinige bedrijven in Nederland met voerwinst. Dat is de opbrengst van een varken minus de big en de onkosten.' Dat lukt om een aantal redenen, vertelt Wim. 'Ik ben heel gefocust op onkosten. Elke tussenschakel verzorg ik zelf. Ik zeg altijd "Die pet rijdt ook een Mercedes", dus die besparing heb ik al binnen. Verder zorg ik dat het bedrijf technisch goed draait, ik kijk goed naar de aankoop en kwaliteit van voer en ons voersysteem is heel goed en efficiënt. Die zaken hangen samen: door goed te voeren krijgen we goede mest die we weer makkelijk verhandelen. Doordat we in een akkerbouwgebied zitten kunnen we makkelijk aan droogvoer komen, zoals mais en tarwe, en dat geeft weer goede mest. We voeren via een multifasesysteem: onze varkens worden exact gevoerd naar hun behoefte, richting de 100 dagen (red: een varken is na 100 dagen op gewicht en klaar voor de slacht). Onze enige black box is het drinken. Het varken mag zelf weten hoeveel kaasweewater hij drinkt, verder kunnen we via de computer volgen wat hij binnenkrijgt. En dus ook wat de verhouding is tussen kosten en opbrengst. Ik heb altijd bewust voor groei gekozen, ik ben een gaspedaal, maar ik investeer wel veilig.'



Mega-stallen

Er staat nog veel te gebeuren in de varkenssector, sla de krant er maar op na. Het antibioticagebruik staat ter discussie, de ontwikkeling van mega-stallen stuit op maatschappelijke weerstand en er is een behoorlijke sanering van de varkenssector op komst. Wim: 'Er zijn in Nederland 9000 vleesvarkensbedrijven. Volgens LTO-Nederland zijn dat er nog maar 2000 in 2015. Maar de overheid geeft de vergunningen niet los die nodig zijn om dit volume uit de markt op te nemen. Dat geld verdampst dus. Mensen zijn wel tegen mega-stallen, maar de enige manier om investeringen in milieu en dierenwelzijn op de lange duur op te brengen, is door schaalvergroting. Die trend is al jaren zichtbaar. Ik zie gebeuren dat we straks alleen voor de Nederlandse markt produceren. Dat is een goed streven. Nu gaat 180% van de varkensvleesproductie de grens over. Dat levert nauwelijks winst op en het is toch belachelijk dat we levende varkens naar Italië transporteren om ze als Parma-ham weer terug te kopen?'

Boer of ondernemer ?

Wim Beulink noemt zichzelf varkensboer, maar denkt en praat als een ondernemer. Voelt hij zich nog boer? Wim: 'Dat heeft een journalist van De Boerderij me ook wel eens gevraagd. Ja, ik voel me boer. Maar degene die nooit niks gedaan heeft, komt nooit niks verder. Of je het nu boeren of ondernemen noemt, als je het spelletje speelt zoals het gespeeld wordt, en je verstaat je vak, is het niet zo moeilijk. Maar boer zijn is een eenzaam vak. Dat is ook een van de redenen waarom ik mijn bedrijf steeds breder maak. Ik heb nu zeven man personeel, waaronder mijn zoon en schoonzoon. En als ik een ochtend mest rij, drink ik koffie met de andere chauffeurs en boeren. Dan ben ik onder de mensen en daar hou ik van, want rendement is belangrijk maar het moet ook leuk blijven.' [46](#)



Sociale media: zeepbel of noodzaak?

Zijn Facebook, Twitter en LinkedIn zeepbellen?

Of zijn zij de hype voorbij? Uit onderzoek blijkt dat 84% van de Nederlandse bedrijven verwacht dat het gebruik de komende jaren verder zal toenemen. Het belang van het groeiende volume aan gebruikers, ontgaat het bedrijfsleven niet. Toch worstelen nog veel bedrijven met het waarom en het hoe.

Bedrijven starten niet met sociale media, sociale media starten met hen. Lang voordat een bedrijf begint met Twitter, LinkedIn en Facebook, communiceren medewerkers en klanten er al lustig digitaal op los. De regie die je als eigenaar van een bedrijf gewend bent uit te oefenen, werkt dus niet zo goed bij sociale media. Er zijn nieuwe regels voor het spel.

Kracht

De kracht van sociale media is dat je luistert naar, en in gesprek gaat met klanten en geïnteresseerden. Het eenzijdig reclameboodschappen zenden richting consumenten, is voorbij. Het denken in doelgroepen is verschoven naar contact met individuen en het denken in communities: netwerken van mensen

die interesses delen, bijvoorbeeld in mode, tuinen, techniek of gadgets. De traditionele marketingaanpak, bijvoorbeeld via advertenties in lokale bladen, maakt plaats voor dynamische, deels ook onvoorspelbare online netwerken. Maar de worsteling van veel bedrijven blijft. Hoe zet je sociale media in met meerwaarde voor jouw bedrijf?

Juiste vragen

Hoe komt een bedrijf uit deze worsteling? Het antwoord op die vraag is herkenbaar en vertrouwd: door de juiste vragen te stellen en te beantwoorden. Hoe wil je als bedrijf sociale media inzetten? Deze vraag beantwoord je door goed naar jouw bedrijf te kijken. Een business-to-business-markt is anders dan een consumentenmarkt. Een bedrijf met een sterk, landelijk bekend merk staat voor andere uitdagingen dan een loodgieters- of hoveniersbedrijf. Maar voor alle bedrijven geldt dat het bij sociale media draait om relevante inhoud (content) voor jouw 'volgers' (Twitter) en 'vrienden' (LinkedIn en Facebook), om boeien en binden, om delen en dialoog. Verder wil je bereiken dat men positief over jouw bedrijf praat op het internet. Of je überhaupt genoemd wordt op het internet kun je eenvoudig volgen door Google Alerts in te stellen met jouw bedrijfsnaam. Je krijgt dan elke vermelding van jouw bedrijf op het wereldwijde web op een gewenst tijdstip in je e-mailbox.

Strategie

Hoe passen sociale media in een bedrijfsconcept? Welke meerwaarde kunnen ze brengen voor (potentiële) klanten en stakeholders? Je hebt allerlei keuzes. Gaan sociale media bijdragen aan de service? Zorg dan dat jouw servicemedewerkers via sociale media in gesprek komen met (potentiële) klanten.

Dit bespaart mogelijk ook nog telefoonkosten. Gaat het je meer om imago en verkoopondersteuning? Geef dan tips, help mensen, en combineer deze strategie met een passende aanbieding en interessante acties voor jouw netwerk. Gaat het je om productontwikkeling of kennisdeling? Ontwikkel zelf een online platform waarop je digitaal kunt samenwerken en kennisdelen! Wil je de interne communicatie tussen de vertegenwoordigers van jouw bedrijf verbeteren? Start met Yammer, een besloten Twitter.

Keuzes

Keuzes voor of tegen sociale media, maak je natuurlijk met jouw stakeholders en de kernactiviteiten van jouw bedrijf op het netvlies. Je start niet met sociale media alleen omdat het leuk is. Er moet meerwaarde zijn, er moet waardecreatie voor klanten plaatsvinden. Facebook-oprichter Zuckerberg spreekt over de elegante organisatie: sociale media maken bedrijven laagdrempelig en 100% ingesteld op het gemak voor klanten en andere stakeholders. Een voorbeeld van een succesvolle sociale media-aanpak is die van Twitteraar @slijterijmeisje. Petra de Boevere, de eigenaresse van een slijterij in slaperig Breskens zag geen toekomst voor haar winkel. Tot ze begon te bloggen en te twitteren en ontdekte dat er uit het hele land belangstelling voor haar tweets over wijn was. Ze opende een webshop, bedacht speciale acties, en organiseerde events zoals wijnproeverijen. Zij heeft nu een van de bekendste slijterijen in Nederland, terwijl de meeste zelfstandige slijterijen al lang het loodje hebben gelegd.

Conclusie

Zijn sociale media door alle bedrijven in Nederland succesvol toe te passen? Deze vraag is moeilijk te beantwoorden. Peter Drücker zei het al: 'Culture eats strategy for breakfast.' Met andere woorden, als de basishouding ontbreekt, en je sociale media als een extra kanaal voor reclame-uitingen gebruikt, gaan zij niet voor jouw bedrijf werken want de regels van het spel zijn veranderd. Je krijgt er geen geïnteresseerde mensen mee aan je verbonden. Toch wordt het strategisch belang breed onderkend: van de bedrijven die in 2010 nog geen strategie hadden, wilde 67% die in 2011 gaan ontwikkelen. Dus wil je jouw bedrijf helpen de worsteling te boven te komen? Zet sociale media op de bedrijfsagenda en betrek medewerkers bij de beantwoording van de vragen. Een goede start is het halve werk want je weet: eens op het internet, is altijd op internet. 

Uiteraard is Boschland zelf actief op de diverse sociale netwerken. Volg ons daarom op Twitter, Facebook en LinkedIn en blijf op de hoogte!



@boschland



facebook.com/boschland



linkedin.com/company/boschland-accountants-adviseurs

Boschland Accountants & Adviseurs,
ook online Persoonlijk en Betrokken!

Sociale media?

Sociale media zijn laagdrempelige online media voor delen, dialoog, netwerken, publiceren, waarderen en co-creëren. Bekende voorbeelden zijn Twitter, Facebook, LinkedIn.



Twitter

Internetdienst waarbij gebruikers berichtjes van maximaal 140 tekens publiceren. Bijvoorbeeld over wat ze aan het doen zijn, hebben meegemaakt of gelezen. In Nederland zijn meer dan 300.000 mensen te vinden op Twitter. Wereldwijd zijn er meer dan 50 miljoen twitteraars.



Facebook

Sociaal netwerk dat vrienden, collega's, studiegenoten en kennissen met elkaar in contact brengt. Wordt ook zakelijk gebruikt. Facebook is het grootste online netwerk met wereldwijd 500 miljoen gebruikers.



Hyves

Een van oorsprong Nederlands netwerk met ongeveer tien miljoen leden. Het netwerk wordt vooral voor persoonlijke doeleinden gebruikt en is op zijn retour.



LinkedIn

Een zakelijk online netwerk. Op LinkedIn kunnen discussies worden gevoerd over allerlei vakmatige onderwerpen. LinkedIn wordt ook steeds meer gebruikt voor de werving van medewerkers.

Bronnen:

1. Van klets naar impact, onderzoek naar sociaal mediagebruik in Nederlandse bedrijven, SAS, februari 2011: http://www.sas.com/reg/gen/nl/white_paper_social_media_nl
2. Dat sociale media groeien en al groot zijn, blijkt uit enkele gegevens: op Hyves zijn in Nederland bijna 10 miljoen registraties, op Facebook 3 miljoen, op LinkedIn 2 miljoen en er zijn zo'n 300.000 Twitteraars in Nederland (Volkstkrant, 291210)
3. De elegante organisatie: opgetekend in What zou Google doen van Jim Jarvis
4. WZGD, J. Jarvis;
5. Internet bracht de consument aan de macht, Volkskrant 291210



Ede



Hengelo



Lienden



Twello

Keesomstraat 19
Postbus 418
6710 BK Ede
t. (0318) 69 11 11

Hengelosestraat 28
Postbus 12
7255 ZG Hengelo
t. (0575) 46 13 91

De Hofstede 44
Postbus 53
4033 ZH Lienden
t. (0344) 60 32 15

Molenveld 3
Postbus 4
7390 AA Twello
t. (0571) 27 26 43

www.boschland.nl