

27-1-2014



**V.B.M.
Bouw**

Ondernemingsplan

V.B.M. bouw, een nieuwe bouwonderneming gevestigd in Den Haag wat zich specialiseert in herbestemming, renovatie en onderhoud.

‘ONDERNEMERS MET PASSIE VOOR DE BOUW’ | V.B.M. BOUW

Hogeschool Rotterdam

Minor Uitvoerend Bouwbedrijf
Ondernemen 2
IGOUON2

J.W.A. Mol

Academieplein AP.A03.021
j.w.a.mol@hr.nl
010 - 794 4410

V.B.M. Bouw

Lange Voorhout 6
2514ED s'Gravenhage
info@vbmbouw.nl

Vera van de Guchte

0854196
0854196@hr.nl

Mats van Elderen

0885962
0885962@hr.nl

Björn de Bruijn

0883860
0883860@hr.nl

Voorwoord

In het kader van onze minor 'uitvoerend bouwbedrijf' aan de hogeschool van Rotterdam, hebben wij voor de module ondernemen 2 deze opdracht gemaakt.

De opdracht luidt als volgt: 'een ondernemingsplan opstellen, inzake een fictief bouwbedrijf'.

Door het maken van dit ondernemingsplan proberen we inzicht te geven/krijgen in de haalbaarheid van het opstarten van deze onderneming.

Januari 2014,

Vera van de Guchte
Mats van Elderen
Björn de Bruijn



Samenvatting

Wij, als vennoten van V.B.M. Bouw, hebben onze gezamenlijke kennis en inspiratie bij elkaar gebundeld. We hebben de mogelijkheid onderzocht om de nieuwe onderneming in Den Haag op te zetten en om daarvan een rendabel bedrijf van te kunnen maken.

De doelstelling van V.B.M. Bouw is:

"Het eerste jaar willen wij een omzetstijging van 50% realiseren ten opzichte van het huidige Interflora. De daaropvolgende vier jaar willen wij een gemiddelde omzetstijging van 35% realiseren ten opzichte van het voorgaande jaar".

In hoofdstuk 3 wordt de onderneming nader toegelicht met daarbij de gekozen ondernemingsvorm en wie de ondernemers/vennoten zijn. Hierin worden de persoonlijke gegevens, motieven en kwaliteiten nader toegelicht.

In hoofdstuk 4 hebben we de analyses onderverdeeld in een externe- en interne analyse. Bij de externe analyse zien we vooral bij de kracht van afnemers dat onze doelgroep bestaat uit de overheid, bedrijven, projectontwikkelaars en particulieren. Deze hebben niet de macht in het bepalen van onze prijzen, maar stellen steeds hogere eisen aan onze producten. Tevens kunnen we ook concluderen dat we nogal last hebben van nieuwe toetreders, waardoor we ons onderscheidend zullen moeten opstellen. Maar tevens ook hogere druk krijgen van de concurrentie in ons werkgebied. Een gezonde rivaliteit is niet verkeerd, maar moet voor ons behapbaar blijven.

In hoofdstuk 5 komt het marketing- en communicatieplan aan bod, die bestaat uit de marketingmix producten, prijs, plaats, promotie, personeel, physical evidence en proces. Onder het mediaplan wordt het marketingcommunicatieplan beschreven.

In hoofdstuk 6 wordt het financiële plan weergegeven door middel van een investeringsplan, financieringsplan, exploitatiebegroting, liquiditeitsbegroting en de kengetallen.

De conclusie in hoofdstuk 7: De opzet van de nieuwe onderneming V.B.M. Bouw is, gebaseerd op de gedane prognoses, zeer goed haalbaar.

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Samenvatting	3
Hoofdstuk 1 Inleiding	5
1.1 Ons idee	5
1.2 Doelstelling	5
Hoofdstuk 2 Het strategisch plan	6
2.1 Visie	6
2.2 Missie	6
2.3 Strategie	6
Hoofdstuk 3 De onderneming	7
3.1 Ondernemingsvorm	7
3.2 De onderneming	7
3.3 De ondernemers/vennoten	8
3.4 Organisatie	9
3.5 Vestiging	10
3.5 Producten en diensten	11
Hoofdstuk 4 Analyses	13
4.1 Externe analyse: Meso- Concurrentieanalyse	13
4.2 Interne analyse	15
Hoofdstuk 5 Marketing- en Communicatieplan	18
5.1 Bedrijf en product in de markt	18
5.2 Doelgroepbepaling	18
5.3 Marketingcommunicatiedoelstelling	18
5.4 Marketingmix	19
5.5 Mediaplan	22
Hoofdstuk 6 Het Financieel Plan	24
6.1 Investeringsplan	24
6.2 Financieringsplan	24
6.3 Exploitatiebegroting	25
6.4 Liquiditeitsbegroting	26
Hoofdstuk 7 Conclusies en Aanbevelingen	27
7.1 Conclusie	27
7.2 Aanbeveling	27
Hoofdstuk 8 Bronvermelding	28
Hoofdstuk 9 Bijlagen	29

Hoofdstuk 1 Inleiding

1.1 Ons idee

De bouwbranche is momenteel zeer slecht. Veel bouwbedrijven gaan failliet of moeten met veel minder genoegen nemen. Bij het starten van een nieuwe onderneming is het dus van groot belang om in te spelen op de marktvraag. Momenteel wordt de vraag naar nieuwbouw steeds kleiner, en de vraag naar het renoveren en herbestemmen van vastgoed steeds groter. Om deze reden willen wij gaan bekijken wat de mogelijkheden zijn voor het starten van een onderneming welke als hoofdzaken onderhoud, renovatie en herbestemming heeft.

1.2 Doelstelling

Visie en Missie moeten vertaald worden naar 'duidelijke kwantitatieve doelstellingen' voordat ze geïntegreerd raken met de activiteiten in de onderneming. Een doel is een gewenste situatie, iets dat je wil bereiken.

De doelstelling van 'V.B.M.bouw' luidt als volgt:

'Op korte termijn wil V.B.M. bouw een organisatie zijn met een groei van het eigen vermogen binnen drie jaar naar €150.000,-, een aanzienlijk marktaandeel (netto groei van 3% per jaar), zeer tevreden klanten en proactieve en trotse medewerkers. Vanaf de start willen wij ons verder gaan ontwikkelen tot een betrouwbare en gerespecteerde bouwonderneming. Op lange termijn willen wij ons uitbreiden en verder ontwikkelen tot een erkend leerbedrijf omdat V.B.M. bouw gelooft in kennis delen.'

Het bouwbedrijf V.B.M. bouw, biedt haar klanten een breed aanbod van diverse werkzaamheden. Dat maakt het bedrijf zo competitief. Doelstellingen heb je als onderneming nodig om je personeel te kunnen motiveren en je hebt personeel nodig om je doelstellingen te realiseren. Een doelstelling dient SMART te zijn en is tevens richtinggevend, wat betekent dat het aangeeft wat je wilt bereiken en stuurt het gedrag van je medewerkers. Door een doelstelling SMART te formuleren is de kans groter dat er in de praktijk een sterkere organisatie tot stand komt.

De doelstelling van het 'V.B.M. bouw' is SMART;

Specifiek	duidelijk beschreven eindresultaat
Meetbaar	groei van het eigen vermogen naar €150.000,- en een netto groei van het marktaandeel van 3% per jaar.
Ambitieuus	groter marktaandeel en erkend leerbedrijf worden
Realistisch	V.B.M. bouw geloofd in haar producten/diensten
Tijdgebonden	binnen drie jaar

Hoofdstuk 2 Het strategisch plan

2.1 Visie

De visie van de onderneming is een toekomstbeeld van waar het bedrijf voor staat. De visie van de organisatie geeft een kort en helder antwoord op de vraag: hoe zien wij ons in de wereld van morgen? De waarden en normen van ons bedrijf vertalen wij naar de aansprekende diensten en producten. Hierbij houden we continue rekening met de veranderende wensen en behoeften van de klant.

De visie van 'V.B.M.bouw'.

'V.B.M. bouw voorziet haar klanten van innovatieve, duurzame en onderscheidende projecten en wilt daarmee de positie op de markt versterken. Met een actieve betrekking van de klant werken wij aan een betere leefomgeving waarbij mens en natuur centraal staan.'

Door de continue veranderende bouwwereld is het van belang om vooruit te denken en het initiatief te nemen ten opzichte van de concurrenten. Wij zijn van mening dat onze visie inspirerend is voor al onze medewerkers en aantrekkelijk voor klanten.

2.2 Missie

De missie van V.B.M. bouw luidt als volgt:

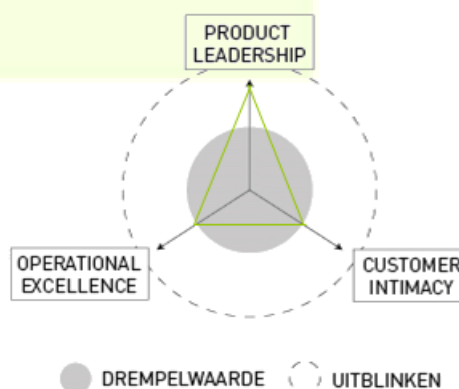
'De klant staat altijd centraal bij de innovatieve bouwprocessen die wij doorlopen. Onze ervaring wordt in deze processen steeds opnieuw aangevuld, waarbij duurzaamheid, ketenintegratie, BIM en LEAN onze uithangborden zijn.'

2.3 Strategie

De strategie wordt gevormd door de visie en missie van het bedrijf concreet te maken. Onze strategie is gebaseerd op de drie waardedisCIPLINES van Treacy en Wiersema. Dit houdt in dat we hoogwaardige kwaliteit willen leveren tegen een lage prijs waarin de klant centraal staat bij alles wat we doen. Dit willen we realiseren door een prijs, kwaliteit en klanttevredenheids combinatie te gebruiken welke voor de concurrenten lastig zal zijn om te evenaren. Hierdoor kunnen onze klanten rekenen op hoogwaardige diensten van topkwaliteit, tegen een zo laag mogelijke prijs en geleverd met uitstekende service.

Omdat wij van mening zijn dat je uit moet blinken op een van deze drie disciplines kiezen wij voor een aparte afdeling Research and Development (R&D). Op deze manier proberen wij te excelleren op product- en procesleiderschap en product- en procesontwikkeling. Onze onderneming zal voortdurend innoveren en niet afwachten tot nieuwe producten of technieken die op de markt verschijnen. De nieuwe producten/technieken die op deze afdeling worden ontwikkeld zullen alleen concurrentievoordeel realiseren als het aan de volgende twee voorwaarden voldoet:

- onderscheidend tegenover de concurrenten;
- waardevol voor de klant;



De Visie en Missie vertaald naar de Strategie, deze luidt:

'Doordat V.B.M.Bouw actief met de opdrachtgever en betrokkene samen zal werken en voorop zal lopen op ontwikkelingen bij producten en processen kan een optimaal resultaat worden behaald. Door de brede kennis van de werknemers kan de klant in het gehele proces worden ondersteund.'

Hoofdstuk 3 De onderneming

V.B.M. bouw is een klein bouwbedrijf gevestigd in Den Haag. Het bedrijf richt zich op Herstructureren, Renovatie en Onderhoud en wil zich ontwikkelen tot een betrouwbare en gerespecteerde bouwonderneming in deze sector.

Het bedrijf bestaat uit een breed opgeleide organisatie die gelooft in samenwerken en continue ontwikkeling, het beste van jezelf delen met anderen met als gemeenschappelijk doel: het creëren van zakelijk voordeel waarbij toekomstwaarde voor de klant en gebouwde omgeving centraal staat.

Samen met onze klanten bedenken en maken wij onze projecten. V.B.M. bouw creëert ruimte middels co-creatie: transparant samenwerken met de klant, (de eindgebruiker,) partners én de overige betrokkene om zo het uiterste eruit te halen voor de klant. Samenwerken is onze kracht!

Door de brede oriëntatie en het bezit van verschillende certificaten kunnen we zeer uitgebreide pakketten aanbieden waarin wij de klant in de meerdere stadia van het bouwproces kunnen ondersteunen.

De introductie van BIM, LEAN, ketenintegratie en competentie-ontwikkeling zijn bij onze medewerkers belangrijke pijlers van onze werkwijze. Ook hebben we duurzaamheid hoog in het vaandel. Naast dat we Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen is het bedrijf EPA gecertificeerd, hierdoor kan advies worden gegeven voor het minimaliseren van het verbruik van energie, water en productie van afval waar mogelijk. Het implementeren van duurzame oplossingen en hergebruik van materialen bij modernisering van gebouwen passen in ons 'groene' beleid. Dit maakt ons een goede partner voor opdrachtgevers, die strenge eisen aan hun ontwerpen stellen op het gebied van duurzaamheid.

3.1 Ondernemingsvorm

De Vennootschap onder firma (V.O.F.) is een samenwerkingsvorm waarin twee of meer partners een bedrijf voeren. De partners zijn de 'vennoten' of 'firmanten'. Iedere vennoot brengt iets in het bedrijf: geld, goederen, arbeidskracht en/of goodwill.

Het bouwbedrijf 'V.B.M. bouw' zal worden opgericht als een V.O.F.. Dit heeft een aantal financiële voordelen. Zo hoeft een V.O.F. geen vennootschapsbelasting te betalen, worden de winsten gerekend tot de inkomstenbelasting en is er hierdoor sprake van zelfstandigenaftrek, ondernemersaftrek, investeringsaftrek en de fiscale oudedagsvoorziening. Om de oprichting te formaliseren is zowel inschrijving bij als afdracht aan de kamer van koophandel niet noodzakelijk. De oprichting van een V.O.F. is daarmee goedkoper dan bijvoorbeeld de oprichting van een B.V. wel zal er een vennootschapscontract opgesteld worden, met afspraken over onder andere de bevoegdheden, inbreng en verdeling van de winst. Dit contract zal worden vastgelegd bij een notaris kantoor. Dit is niet verplicht, maar zo weten alle vennoten precies waar ze aan toe zijn. De hoofdlijnen zijn omschreven in **Bijlage 1**.

3.2 De onderneming

Handelsnaam:	V.B.M. bouw V.O.F.
Vestigingsplaats:	Lange Voorhout 6, s'Gravenhage ¹
Rechtsvorm:	Vennootschap onder Firma

¹ in Bijlage 2 is te zien waarom er voor deze vestigingsplaats is gekozen.

Wie doet de administratie:	Verstegen accountants en adviseurs
Tarief omzetbelasting:	6%(verlaagd tarief) of 21%
Frequentie betalen omzetbelasting:	Per maand (afdracht meer dan €4100,- per kwartaal) of per kwartaal (afdracht meer dan €1900,- per jaar). Dit wordt aangegeven door de belastingdienst.
Verzekeringen:	Bedrijfsaansprakelijkheid(AVB)/Overlijdensrisico/ Arbeidsongeschiktheid/ Collectieve zorg / Rechtsbijstand/ Pensioen/ Beroepsaansprakelijkheid/ Bedrijfsschade/ Goederen- en inventaris
Algemene Voorwaarden:	zie Bijlage 2
Contractvormen:	Design & Built, Design, Build & Maintenance, Management contractering

3.3 De ondernemers/vennoten

Binnen de op te starten onderneming zal een taakverdeling moeten worden gemaakt. Allereerst hebben alle drie de vennoten een rapport op laten maken waarin de sterke en zwakke punten naar voren komen. Dit is mede als leidraad gebruikt om een verdeling te maken. Verder is het uiteraard van belang op welk gebied de interesses liggen en wat wordt geëmbieerd. Er wordt dus niet alleen gekeken naar de koude vaardigheden op papier. Hierna hebben we gekeken waar de leiding zich zoal mee bezig moet houden en welke taken en verantwoordelijkheden bij een van de vennoten onder gebracht moeten worden. Hierna kan gekeken worden of het nodig is om naast de eigen vennoten nog personeel in dienst te nemen.

3.3.1 Persoonlijke gegevens

De persoonlijke gegevens van de 3 vennoten zijn als bijlage toegevoegd, zie **Bijlage 3**.

3.3.2 Motieven

Vera van de Guchte

Ik ben enthousiast, creatief en ga graag een uitdaging aan. Ontwerpen en verbouwen starten als een hobby en dankzij mijn studie Bouwkunde kan ik nu van mijn hobby mijn beroep gaan maken. Graag heb ik veel inspraak en afwisseling in mijn werk. Door het opzetten van ons bedrijf kan ik me naar goed richten op mijn interessegebied herbestemming en kan ik mij optimaal ontwikkelen. Door gecertificeerd EPA controlleur en adviseur te zijn kan ik de klant ook ondersteunen op het gebied van duurzaamheid.

Mats van Elderen

Als ik ergens voor wil gaan dan ga ik er ook echt voor, ik ben een erg gedreven persoon. Samenwerken doe ik graag met mensen die ook deze drijfveren hebben. Ik heb het liefste het heft in eigen handen. Het lijkt mij dan ook een uitdaging om een onderneming op te starten. Ik verwacht dat in de komende tijd in de bouwbranche veel vraag zal ontstaan naar renovatiewerken.

Björn de Bruijn

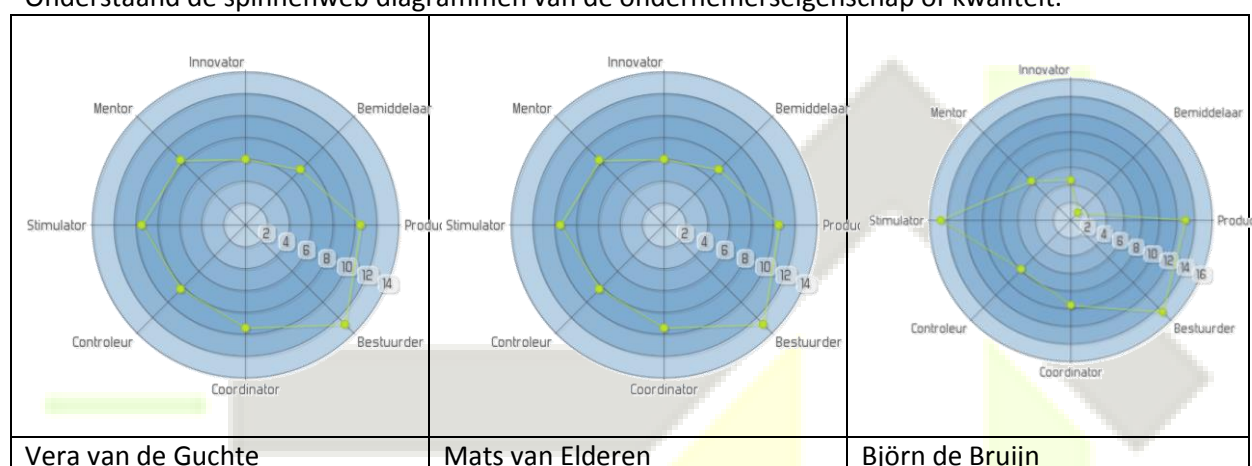
Ik ben al enkele jaren aan het nadenken over het starten van een eigen onderneming. Op dit moment zie ik veel kansen in de bouwbranche. Vooral op de renovatie en onderhoud verwacht ik veel werk in de komende jaren. Ik ben graag bezig met aansturen van projectteams, en zou dus ook graag in mijn eigen onderneming leiding geven. Nu mevrouw van der Guchte met het idee kwam om een eigen onderneming te gaan beginnen dacht ik, dit is het moment om mijn gedachten op papier te gaan zetten.

Gezamenlijke motieven

Uit de persoonlijke motieven komt duidelijk naar voren dat iedereen graag hard werkt en zeer gedreven is. Iedereen wil zijn stukje leiderschap ontwikkelen of gebruiken binnen de onderneming.

3.3.3 Persoonlijke kwaliteiten

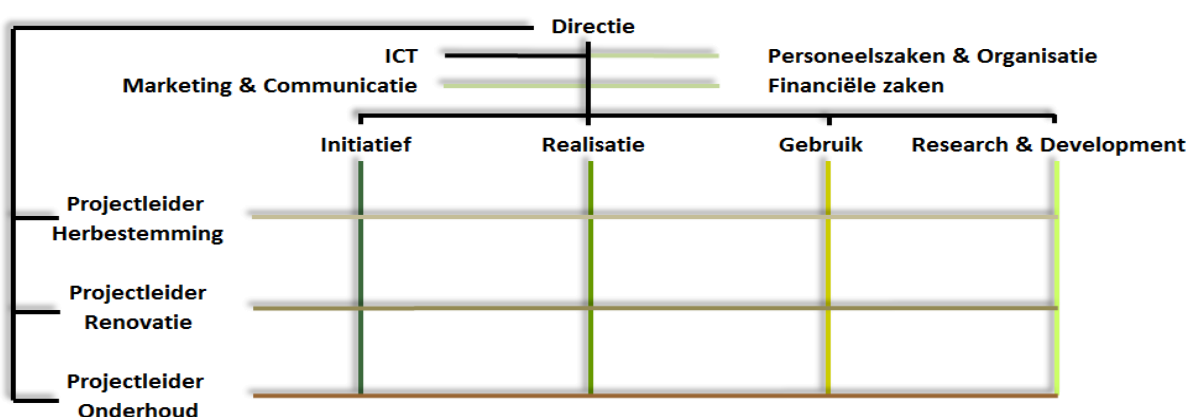
Onderstaand de spinnenweb diagrammen van de ondernemerseigenschap of kwaliteit.



Deze diagrammen maken snel inzichtelijk waar iemands kwaliteiten liggen op het gebied van de ondernemerseigenschappen. In **Bijlage 4** is per ondernemerseigenschap een korte toelichting gegeven.

3.4 Organisatie

V.B.M. Bouw is een breed opgeleide organisatie bestaande uit 8 man. Voor herbestemming, renovatie en onderhoud zal een aparte projectleider zijn en elke afdeling zal zijn eigen projecten hebben lopen. Maar V.B.M. Bouw is juist onderscheidend omdat deze ook projecten kan aangaan waarbij een klant van ontwerp tot nazorg in de verre toekomst ondersteund kan worden, hierbij zal een samenwerking tussen de verschillende afdelingen ontstaan.



De 3 vennoten zullen gezamenlijk de directie vormen. Besluiten moeten in directievergaderingen worden goedgekeurd. Tevens zullen de 3 vennoten ook een projectleidersrol vervullen, elk met een eigen afdeling.

Mevr. van de Guchte: Projectleider herbestemming

Dhr. van Elderen: Projectleider renovatie

Dhr. de Bruijn: Projectleider onderhoud

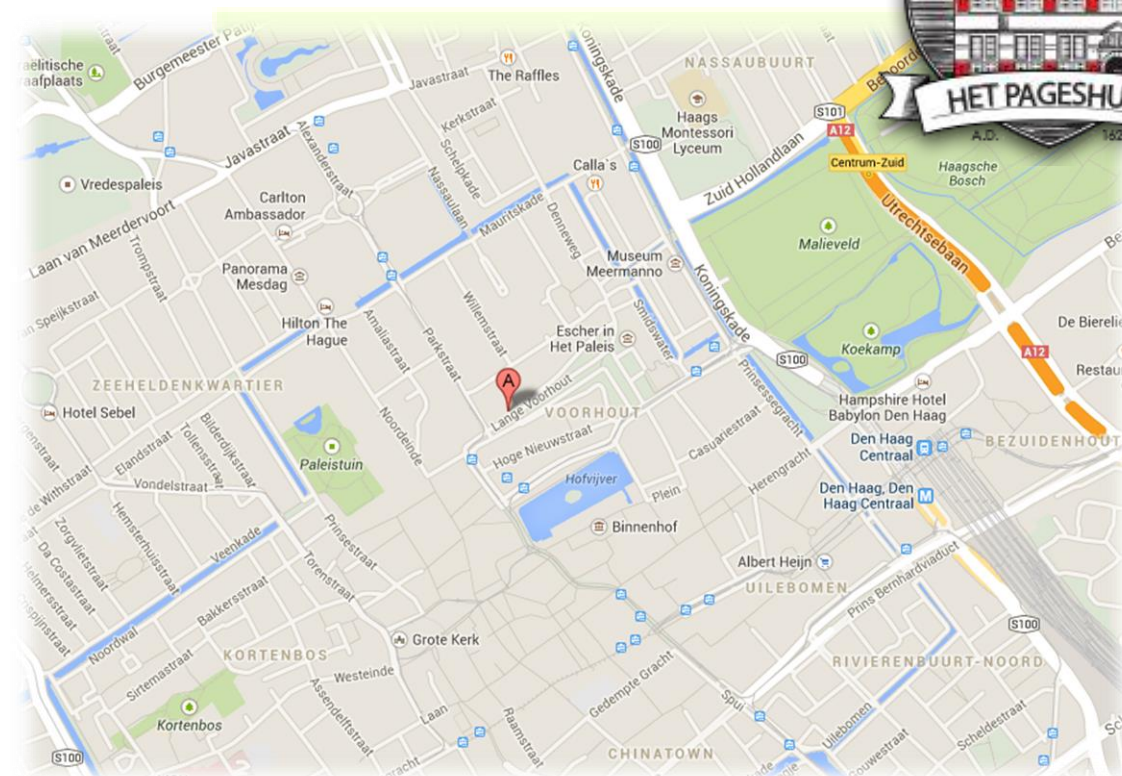
Voor de afdelingen Initiatief, Realisatie, Beheer en R&D zal per afdeling 1 man eigen personeel in dienst worden genomen. Ook zal er 1 man personeel in dienst worden genomen die Personeelszaken & Organisatie, Financiële zaken en Marketing & Communicatie op zich neemt. Het personeel zal hoofdzakelijk zorg dragen voor zijn eigen afdeling maar moet ook all round zijn mocht er moeten worden bijgestaan op een andere afdeling. Mocht er meer personeel nodig zijn zullen zzp'ers worden ingehuurd die door ons eigen personeel zal worden aangestuurd. De ICT, gevraagde specialisatie die zich niet in ons bedrijf bevindt en overige diensten zullen worden uitbesteed.

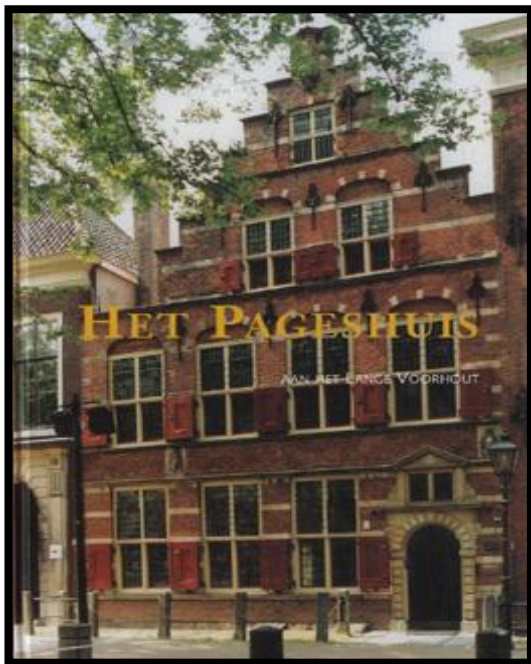
Bij het stijgen van de omzet zal het personeelsbestand uitgebreid moeten worden. In het financiële plan is hiermee al rekening gehouden. Vanaf jaar 1 betekent dit al 2 extra personeelsleden, gelijkmatig oplopend met de stijging van de omzet.

3.5 Vestiging

Het bedrijf, gevestigd in Den Haag, zal in het bedrijvenverzamelcentrum 'Het Pageshuis' starten. Het is een uniek pand gelegen op het Lange Voorhout in het centrum van Den Haag. Het pand is in 1625 gebouwd behoort tot een van de rijksmonumenten van Den Haag. Het pand is dus zeer representatief is voor de branche waarin gewerkt wordt.

Het gebouw ligt centraal gelegen in het werkgebied waardoor makkelijk en snel naar de verschillende bouwlocaties is te reizen. Ook is het mogelijk in 5 minuten op de snelweg te zijn waardoor bij groei van het werkgebied het pand nog steeds snel te bereiken is. In het pand is nog genoeg ruimte voor de groei van het bedrijf.





Deze werkplekken zijn anders dan de standaard, vol met inspiratie en van alle gemakken voorzien. Daarnaast is het Pageshuis de ideale plek om andere ondernemers en professionals te ontmoeten en te netwerken in een gezellige werksfeer. Ook zijn makkelijk ruimtes te reserveren voor Vergaderingen, brainstormsessies, trainingen, coachings of een ruimte om klanten te ontvangen. Deze bijzondere en inspirerende ruimtes voegen een extra dimensie toe aan elke vergadering.



3.5 Producten en diensten

V.B.M. bouw zal een groote variatie aan producten en diensten aanbieden. De mogelijkheden zijn eindeloos en kunnen variëren van advies bij een kleine verbouwing tot realiseren van het herbestemming van een totaal kantoorpand.

Initiatief

- Locatiekeuze advies: Graag gaan wij met de klant op zoek naar een geschikte bouwlocatie. Er kan advies worden gegeven betreft gronden, maar ook objecten die kunnen worden herontwikkeld of getransformeerd tot een nieuwe gebruiksfunctie.
- Conceptontwikkeling: Voor particuliere bezitters van gronden of objecten gaan wij op zoek naar de optimale invulling van een gebouw. Onze conceptontwikkeling gaat verder dan het

bedenken van het bouwkundig concept; V.M.B. Bouw brengt ook kennis van kandidaat-zoekers in en stelt expertise op het gebied van engineering, exploitatie en marketing ter beschikking.

- Kennis van financiering: Bij de realisatie van een bouwproject zijn verschillende financieringsmogelijkheden, zoals bijvoorbeeld huur- of leaseconstructies of de inbreng van beleggers. Wij kunnen hierin op verschillende manieren een rol spelen, afhankelijk van de aard en omvang van het project.
- Projectontwikkeling: V.B.M. Bouw omvat een eigen projectontwikkelaar. We kunnen zelf op risico projecten tot ontwikkeling brengen maar ook samenwerken met andere partijen die op zoek zijn naar expertise en ervaring op dit vlak.
- Architectuur: Om onze herbestemmingsafdeling te ondersteunen is ontwerpen naast bouwen de core business van ons bedrijf. De combinatie van een aannemer en architect onder één dak zorgt voor korte communicatielijnen, een haalbaar ontwerp en een optimale prijs- kwaliteitverhouding.
- Installatiekennis: Er komen steeds meer technische installaties in gebouwen, die daarnaast ook steeds complexer worden. Installaties bepalen het energieverbruik van een pand. Door in een vroegtijdig stadium te denken over de omvang, functies en plek van de installaties kan veel voordeel worden bereikt.

Realisatie

- Engineering: Het ontwerp van een gebouw kan nog zo mooi zijn, uiteindelijk gaat het erom dat het gebouw constructief op de juiste manier gerealiseerd wordt. Bij de engineering wordt het ontwerp 'vertaald' naar de technische uitgangspunten. Dit gebeurt in nauwe samenwerking tussen architect, planontwikkeling en constructeur.
- Planontwikkeling: De voorbereidende fase van een bouwproject is zeer bepalend voor het uiteindelijke resultaat. V.B.M. Bouw besteedt hieraan veel aandacht. Samenwerking staat voorop en door alle partijen vroegtijdig te betrekken kunnen wij tot een duidelijk wensen- en eisenpakket komen.
- Bouw: De herbestemming, renovatie en onderhoud van woningen kantoren en bedrijfspanden zijn de specialismen van ons bedrijf. Als totaalaanbieder beheerst V.B.M. Bouw alle facetten van het bouwproces. Ons eigen bouwplaatspersoneel zorgt voor een optimale uitvoering. Daarbij zorgt onze werkwijze, gebaseerd op de Lean-filosofie, voor lage faalkosten, hoge kwaliteit en een strakke en betrouwbare planning.

Nazorg

- Onderhoud: Planmatig onderhoud, in de vorm van meerjaren onderhoudscontracten, zorgt ervoor dat onroerend goed zijn waarde behoudt of zelfs verhoogt. Daarnaast kunnen ongewenste of onverwachte kosten voor onvoorziene (onderhouds)werkzaamheden dankzij een goed onderhoudsplan voorkomen worden.
- Beheer: Het bedrijf biedt kennis en advies voor het beheer van vastgoed. Zo wordt de technische kwaliteit en de kwaliteit van de functie van een gebouw behouden of verbeterd.

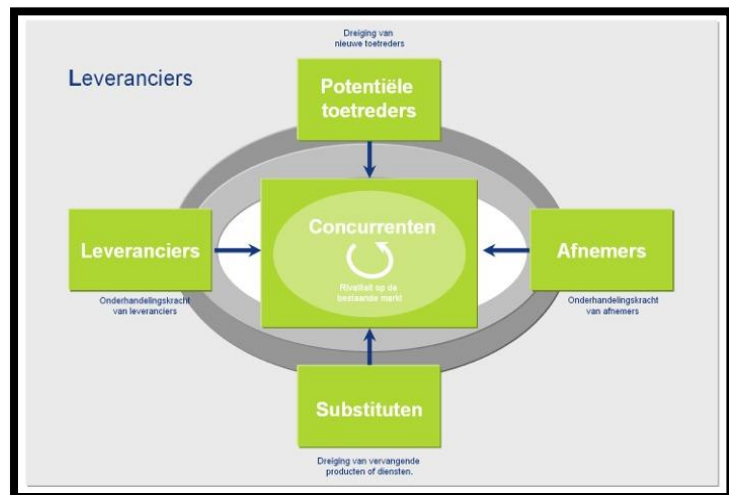
Hoofdstuk 4 Analyses

4.1 Externe analyse: Meso- Concurrentieanalyse

De markt is voortdurend in beweging. Veranderingen verlopen in een steeds hoger tempo. De concurrentieanalyse is van essentieel belang om te bepalen wie onze concurrenten zijn en wat de ondernemer moet doen om steeds een voorsprong te houden ten op zichte van de concurrenten.

4.1.1 Het vijf-krachtenmodel van Porter

Om grip te krijgen op de markt omgeving waarin de ondernemer zich bevindt kan men een bedrijfstak analyse maken. Met behulp van dit model kan aan de hand van vijf krachten worden beschreven hoe een bedrijfstak er uit ziet en worden bepaald of een positie binnen die bedrijfstak aantrekkelijk is. De vijf krachten zijn:



Kracht van leveranciers:

De leveranciers/onderaannemers kunnen macht uitoefenen over afnemers in een bedrijfstak door te dreigen hun prijzen te verhogen of de kwaliteit van hun producten of services te verminderen. Diverse onderaannemers voor onze onderneming kunnen een mate van macht uitoefenen. Het is dus zaak om vanaf het begin te zorgen voor een goede samenwerking met de verschillende onderaannemers. Echter, in deze periode waarin veel onderaannemers / zzp'ers met weinig werk zitten verwachten we weinig machtsuitoefening vanuit deze partijen.

Kracht van afnemers:

Onze afnemers bepalen niet zozeer de prijs van onze services/diensten maar meer de kwaliteit ervan. Het is dus zaak om vanaf het begin de afgesproken kwaliteit te leveren. Hiermee houdt je tevreden klanten, en zal de 'mond op mond' reclame zijn werk gaan doen.

Bedreiging toetreders:

Renovatie en onderhoud is op het moment een hype. Er zal een grootte groep nieuwkomers zijn die toetreden op de markt. Wij zullen ons onderscheidend moeten opstellen om sterk op de markt te kunnen staan.

Bedreiging van substituten:

Dit is de dreiging van vervangende producten of diensten. Wij achten dat er geen nieuwe producten of diensten ontwikkeld zullen worden, die de behoefte naar de bestaande (renovatie, herbestemming en onderhoud) kunnen vervangen.

Concurrentie intensiteit:

Elke ondernemer probeert op de markt een gunstige positie in te nemen door gebruik te maken van diverse marketingtechnieken als prijzenoorlog, reclamecampagnes, introductie van nieuwe producten, diensten en verbeterde klantenservice of garantie. De rivaliteit kan worden beoordeeld door: het aantal aanbieders, de mate van groei in de bedrijfstak, en de vraag naar de geleverde producten/diensten. Als we gaan kijken naar andere bedrijven in de omgeving Den Haag met de zelfde producten/diensten moeten we concluderen dat de concurrentie groot is. Echter, uit **Bijlage 5** van dit ondernemingsplan, blijkt dat er momenteel veel leegstand is in de omgeving Den Haag.

Conclusie van het vijf krachtenmodel:

Kracht van leveranciers: geen reële dreiging;

Kracht van afnemers: groot door de hoge kwaliteitseisen;

Bedreiging toetreders: groot, maar ook veel vraag naar onze diensten.

Bedreiging van substituten: geen dreiging;

Concurrentie intensiteit: groot, maar ook veel vraag naar onze diensten.

4.1.2 Macro- DESTEP-analyse

de DESTEP-analyse wordt ook wel de omgevingsanalyse genoemd. De DESTEP-analyse is voor een onderneming niet beïnvloedbaar en al helemaal niet beheersbaar. Het is wel zaak om goed in te spelen op trends en maatschappelijke ontwikkelingen. Hieronder hebben wij de analyse van V.B.M. bouw weergegeven.

Demografische factoren

Bij de demografische factoren gaat het om de kenmerken van de bevolking (spreiding, omvang, samenstelling), de koopkracht en het aantal huishoudens. Enkele voorbeelden van huidige demografische trends zijn de vergrijzing en de leegstand van kantoren. Onder de demografische factoren hebben wij geconcludeerd dat dit veel invloed kan hebben op ons bedrijf. We zullen ons moeten gaan vestigen in een omgeving waar veel leegstand en vergrijzing is. Wij zien hier een mogelijkheid om de leegstaande kantoorpanden te herbestemmen tot appartementen/ zorgtehuizen/ studentenwoningen/ ect.

Economische factoren

Bij de economische factoren gaat het om het economische klimaat, de werkgelegenheid, de verdeling van het nationaal inkomen, de rentestand, de concurrentiekracht, de koopbereidheid en de inflatie. Door de voortdurende crisis is het voor veel mensen onbetaalbaar om te gaan verhuizen. Om toch aan de woonwensen te blijven voldoen kiezen veel huishoudens ervoor om hun woning te renoveren. Dit is voor ons bedrijf gunstig, gezien het feit we een renovatie- en onderhoudsbedrijf zijn. Ook is er momenteel makkelijk een goedkoop maar nog steeds goed personeel te komen welke op het moment door de crisis zonder werk zitten.

Sociaal-culturele factoren

bij sociaal-culturele factoren gaat het om de mens.normen en waarden zijn de speerpunten waarop gericht moet worden. De aandacht voor maatschappelijk verantwoord ondernemen neemt toe, zowel bij particulieren als bedrijven. De consument van nu vraagt meer en heeft nu meer vernieuwende behoeften dan de consument van vroeger. Wij verwachten dan ook dat de vraag naar een compleet onderhoudspakket de komende tijd flink zal gaan toenemen.

Technologische factoren

bij de technologische factoren gaat het om alle ontwikkelingen en innovaties waar een organisatie op moet inspelen, om mee te gaan met de tijd.

Ecologische factoren

Bij ecologische factoren gaan het om het milieu, bijvoorbeeld CO² uitstoot en de EPC-eis. Maatschappelijk verantwoord ondernemen zal steeds meer toenemen en bijdragen aan het behoud van de concurrentiepositie van ons bedrijf. Wij dragen dit uit door tijdens onze renovatieprojecten het EPA-label in kaart te brengen bij de opdrachtgever. EPA helpt eigenaars van bestaande gebouwen de operationele kosten terug te brengen en de ecologische prestaties te verbeteren. Dit verhoogt de marktwaarde en garandeert een blijvend goede positie in het totale Nederlandse aanbod aan gebouwen.

Politiek-juridische factoren

Bij politiek-juridische factoren is het van belang de regelgeving, subsidies en de wetten in de gaten te houden. Zo geldt op dit moment, tot maart 2014 een belastingtarief van 6% op renovatieprojecten.

4.2 Interne analyse

De marketingomgeving is van groot belang voor een bedrijf, niet alleen de gebeurtenissen die in het bedrijf een rol spelen zijn belangrijk, ook is het belangrijk om de trends in de gaten te houden, om hier goed op in te kunnen spelen. Dit is nodig om een concurrentievoordeel te behalen. Ook de gebeurtenissen in de bedrijfstak (meso-omgeving) zijn belangrijk.

4.2.1 Micro- organisatie-analyse

De bedrijfsfuncties geven meestal de afdelingen in een bedrijf weer. De afdelingen zijn beheersbaar, in tegenstelling tot factoren die van buiten de onderneming komen, zoals trends.

1. Productiebeleid:
Binnen de organisatie kunnen we diensten en producten leveren. We streven er naar om het hoogste niveau te leveren en voldoen hoe dan ook aan gestelde wetten en regelingen.
2. R&D-beleid:
De uitgaven voor R&D houden wij stabiel, dit om onze kernwaarde voor innovatie te kunnen waarborgen;
3. Financieel-beleid:
Met behulp van een voor ons geschikt managementinformatiesysteem kunnen wij de kosten vooraf, tijdens en achteraf bijsturen en verantwoording afleggen.
4. Personeelsbeleid;
Personeelsbestand dient een afspiegeling te zijn van de samenleving;
5. Inkoopbeleid:
Inkoopbeleid- Cost of ownership: bij de inkoop van producten en diensten streven wij naar het beheersbaar maken van de total cost of ownership. We streven hierbij naar de 'de meest economische voordelige aanbieding': een goede balans tussen kwaliteit, kosten en onderhoud. Alle uitgaven die wij maken, leggen we vast in inkoopcontracten. Duidelijk en professioneel. Wij hanteren verschillende soorten kort- en langlopende contracten.
6. Organisatiestructuur en beleid:
De organisatie is een platte, dynamische en lerende organisatie. Dit betekent dat er meer mogelijkheden zijn tot persoonlijke ontwikkelingen voor het personeel. De missie is de basis, waaruit de strategie en de organisatiedoelen worden afgeleid. De strategie en het beleid moeten ervoor zorgen dat de visie, missie en organisatiedoelstellingen worden bereikt. Deze strategie, dus het antwoord op de vraag hoe we onze missie willen waarmaken, wordt extern gecommuniceerd in de vorm van een belofte.

4.2.2 Beschikbare middelen

Een bedrijf heeft verschillende middelen tot zijn beschikking om zijn doelstellingen te bereiken. Deze middelen zijn:

Financiële middelen

De liquide middelen en eventuele leningen om investeringen te financieren. De drie vennoten brengen ieder een gelijk deel in aan vermogen, namelijk €15.000,-. Daarnaast kunnen wij gezamenlijk een krediet bij de rabobank aanvragen van voor € 1000,-.

Commerciële middelen

Wij hebben voldoende kennis en ervaring om doelgroepen te bewerken. Wij streven naar een scherp prijsniveau van de dienstgroepen met als doel het winnen van marktaandeel.

Technische middelen

Wij hebben de nodige technologische kennis. De introductie van BIM, LEAN, ketenintegratie en competentie-ontwikkeling zijn voor onze medewerkers belangrijke pijlers van onze werkwijze. Doormiddel van de R&D afdeling zal dit steeds verder ontwikkelen gedurende de tijd. Naast dat we Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen is het bedrijf EPA gecertificeerd en kan op duurzaamheid worden ingespeeld.

Personele middelen

De komende 5 jaar zal ons personeels- en onderaannemingsbestand worden uitgebreid.

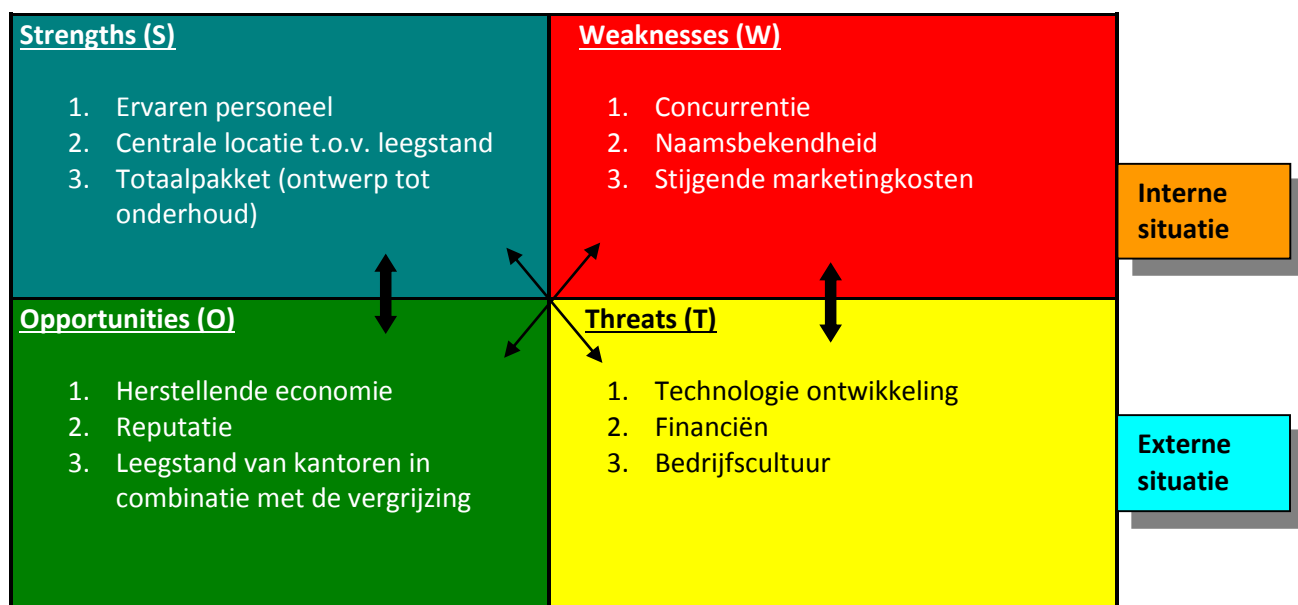
4.2.3 SWOT-analyse

Nadat de interne- en externe analyse zijn gerealiseerd gaan we over tot het maken van de SWOT-analyse. De SWOT-analyse is een bedrijfskundig model dat intern de sterktes en zwaktes en in de omgeving (extern) de kansen en bedreigingen analyseert; op basis hiervan wordt vervolgens de strategie bepaald. Bij het opstellen van een SWOT-analyse wordt een aantal stappen doorlopen, waarbij aan de hand van sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen wordt gekeken naar de toekomst van de organisatie.

De stappen zijn als volgt:

1. **Sterke en zwakke punten** (strengths & weaknesses)
De sterke en zwakke punten zijn de kenmerken van de organisatie of het product. het gaat dus expliciet om de interne elementen;
2. **Kansen en bedreigingen** (opportunities & threats)
De kansen en bedreigingen zijn de ontwikkelingen, gebeurtenissen en invloeden waaraan de organisatie of de dienst onderhevig is. Hier gaat het dus expliciet om de externe elementen;
3. **Confrontatiematrix**
In de confrontatiematrix staan de interne en externe elementen tegenover elkaar. Hierbij is het gebruikelijk dat in de horizontale rijen de sterktes en zwaktes staan en in de verticale kolommen de kansen en bedreigingen;
4. **Kwesties** (Issues)
De kwesties zijn de combinatie tussen de interne en externe factoren. Alleen de belangrijkste kwesties worden in ogenschouw genomen;
5. **Strategieën**
De volgende stappen in het proces is de omzetting van de belangrijkste kwesties naar strategische vragen. De antwoorden op deze vragen vormen de basis waarop de te volgen strategie bepaald wordt.

Het deel waarin de kansen en bedreigingen worden geanalyseerd, wordt de externe analyse genoemd. Of een element hier een kans of bedreiging is, hangt ervan af hoe het zich verhoudt ten opzichte van de klant of het marktsegment. Hierbij gaat het dus om de plaats van de organisatie in de markt, waarbij gedacht kan worden aan een analyse van de afnemers, concurrentie, distributiestructuur en overige omgevingsfactoren, zoals de arbeidsmarkt, opbouw van de bevolking (immigratie, vergrijzing, e.d.) overheid (belastingen, subsidies) en economische- en technologische factoren.



Conclusies SWOT-analyse

Uit deze SWOT-analyse kan geconcludeerd worden welke kansen en sterkten van VBM-bouw benut kunnen worden en met welke bedreigingen en zwakten er rekening dient te worden gehouden. Door het opzetten van VBM-bouw ontstaat er een nieuw concept. VBM-bouw vormt de schakel tussen de klant en het bouwbedrijf. Door de ligging van het bedrijf ligt het centraal tussen de leegstand en de vergrijzing van Nederland. Doormiddel van het marketingplan bereiken we nieuwe mensen en behouden we de bestaande contacten.

Doordat er een combinatie van hooggeschoold personeel binnen het bedrijf werkt worden de behoeftes van de klant op alle mogelijke manieren volbracht. Door de technologische ontwikkeling van het 3d-printen van huizen kan het een bedreiging vormen dat er in mindere mate gerenoveerd zal worden. In de toekomst wanneer het 3d-printen van woningen echt financieel aantrekkelijk gaat worden zullen we contacten moeten gaan leggen met de aanbiedende bedrijven in Nederland.

Hoofdstuk 5 Marketing- en Communicatieplan

5.1 Bedrijf en product in de markt

Producten of diensten kunnen aan de hand van de product/marktcombinatie van Ansoff schematisch weergegeven worden. De product-marktcombinatie van “V.B.M. Bouw” bestaat uit meerdere producten die verschillende afzetgebieden of doelgroepen hebben.

Matrix product/marktcombinatie van “V.B.M. Bouw”		Markten	
		B2B Markt	B2C Markt
Producten	Initiatief		X
	Realisatie	X	X
	Beheer		X
	Research & Development	X	X

De voornaamste markt waarin ons bedrijf opereert is de Business to Consumer market.

5.2 Doelgroepbepaling

Voor het bepalen van onze doelgroep kunnen we de focus leggen op de B2C markt. Het indelen van de markt, marktsegmentatie genoemd, is het opdelen van de markt in verschillende te onderscheiden groepen afnemers voor wie het wenselijk kan zijn om een specifieke marketing strategie en marketing mix te ontwikkelen.

Uit voorgaand hoofdstuk is ondervonden dat gericht moet worden op de overheid, bedrijven en projectontwikkelaars en particulieren. Hier liggen voor ons de kansen om de meeste opdrachten binnen te halen.

5.3 Marketingcommunicatiedoelstelling

We zullen inspelen op de wensen en behoeften van de diverse doelgroepen door middel van verschillende communicatie benaderingen, zodat zij hun projecten door V.B.M. Bouw willen laten uitvoeren. Om hieraan te kunnen voldoen zijn de volgende doelstellingen opgesteld:

Doelstellingen op lang termijn

- Groeien tot een succesvol en winstgevend bedrijf;
- In naamsbekendheid groeien tot een betrouwbare en gerespecteerde bouwonderneming in de sector welke veel vaste partners heeft;
- Uitgroeien tot erkent leerbedrijf;
- Groei in aantal werknemers.

Doelstellingen op kort termijn

- Product- en proceskennis en product- en procesbekendheid vergroten;
- Optimale samenwerking met partijen;
- Proactieve en trotse medewerkers;
- Het milieubeleid een volwaardig en integraal onderdeel van het totale ondernemingsbeleid.

Marketingcommunicatiebeleid

Het communicatiebeleid dient ter ondersteuning van de strategieën van ons bedrijf. De visie van “V.B.M. Bouw” voor de communicatie is het zo goed mogelijk ondersteunen van de doelstellingen en strategieën van het bedrijf. Wij hebben voor elke doelgroep gepaste middelen gekozen en voor deze middelen verwijzen wij u naar het overzicht van de media-inzet. Aan de hand van het gekozen marketingcommunicatiebeleid en media-inzet willen wij ons op de markt positioneren als een toonaangevend bedrijf. Het marketingcommunicatiebeleid past dan ook heel goed in onze strategie om als Cost Leader te opereren en bovenal willen wij eerlijk, transparant en duidelijkheid uitstralen naar onze klanten.

5.4 Marketingmix

Op basis van onze producten en doelgroepen en de marktgegevens (de product-markt combinatie) bepalen hoe we de markt gaan veroveren. Er wordt gebruik gemaakt van het 7 P model van Booms & Bitner. De zeven P's van producten, prijs, plaats, promotie, personeel, physical evidence en proces komen hierbij aan bod.

Het doel hiervan is tot een succesvolle onderneming uit te groeien die past bij de vraag van de lokale markt. Zo zal bij kleine renovatie projecten momenteel nauwelijks winst te behalen zijn. Echter door het aanbieden van totaalpakketten, waardoor het met grotere projecten aantrekkelijker is voor V.B.M. Bouw te kiezen, zal eerder succes kunnen worden bereikt.

5.4.1 Producten en diensten

Er is een **grote variatie** aan producten en diensten die wij de klant kunnen leveren. Er kunnen kleine opdrachten binnenkomen bestaande uit een van de eerder genoemde producten of diensten, maar ook nemen wij grootte opdrachten aan waarbij wij de klant zullen bijstaan. Er zullen **totaalpakketten** worden samengesteld die een opdrachtgever van bijvoorbeeld een ontwerpproces tot aan een meerjarig onderhoudscontract begeleid.

Door de organisatiekeuze kunnen afdelingen makkelijk samenwerken en grote projecten worden gemaakt. Indien wij niet over de benodigde kennis beschikken zullen wij het werk uitbesteden. De opdrachtgever hoeft op deze manier een **samenwerking met maar 1 partij** aan te gaan.

5.4.2 Prijs

De prijzen van de meeste producten van de ons omliggende bedrijven liggen op een heel normaal, landelijk gemiddeld niveau. Door te prijzen als cost leader, **prijsvechter op grote delen van de snellopende omzet** kunnen we een bepaalde toeloop krijgen. Denk hierbij aan standaard uitbouwttjes of het plaatsen van dakkapellen. Door die toeloop te stimuleren zal de bekendheid en verkoop van de andere producten die veel meer marge genereren mee omhoog worden getrokken.

We maken ons onderscheidend door totaalpakketten aan te bieden. Om deze totaalpakketten interessant te maken zullen we verschillende **kortingen op de verschillende pakketvarianten** geven. Hierdoor willen we de kans op het binnenhalen van grote projecten vergroten.

5.4.3 Plaats

Het bedrijf, gevestigd in Den Haag, zal in het bedrijvenverzamelcentrum ‘Het Pageshuis’ starten. Het is een uniek pand gelegen op het Lange Voorhout in het centrum van Den Haag. Het pand is een **prachtig rijksmonument** welke zeer **representatief** is voor de branche waarin gewerkt wordt. Voor de deur zijn een aantal **parkeerplaatsen** waar de klanten gebruik van zouden kunnen maken.

Er worden er vaak **netwerkborrels** gegeven waardoor snel in contact kan worden gekomen met branchegenoten. De verschillende benodigde voorzieningen zal allemaal aanwezig en **bijzondere vergaderruimtes** in bijvoorbeeld een oude ridderzaal kunnen makkelijk gereserveerd worden.

Het gebouw ligt **centraal** gelegen maar toch is er ook in 5 minuten op de snelweg te komen. In het pand is momenteel ook nog genoeg **ruimte om uit te breiden**. Als in de toekomst het werkgebied en de onderneming groeit zal dit geen invloed hebben.

5.4.4 Promotie en presentatie

Promotie en presentatie zijn essentieel voor het bouwbedrijf. Er zijn genoeg mogelijkheden in het werkgebied maar de concurrentie is tegelijkertijd ook groot. Er zullen verschillende maatregelen getroffen worden om de acquisitie van het bedrijf te bevorderen.

V.B.M. Bouw zal zijn **eigen website** krijgen en deze om de 3 maanden **highlighten** om boven aan de zoekopties te komen bij verschillende zoekmachines. Daarnaast zullen verschillende **advertenties** worden geplaatst op **gratis websites** als klusbode.nl en dienst.nl. Ook zullen er **folders en visitekaartjes** worden gedrukt die tijdens het netwerken kunnen worden verspreid en zal er een **reclamebord en rollupsysteem** worden besteld om bij opendagen of bedrijfspresentaties te plaatsen. We willen met onze ontwikkelingen van R&D afdeling **presenteren op bedrijvendagen** om ons imago te versterken.

De **lokale makelaars willen samenwerken** en zijn bereid om brochures en korting coupons voor ons bedrijf te verstrekken aan de kopers van een woning of bedrijfspand. Daarnaast zal er af en toe geadverteerd worden in **Cobouw** met onze bovengenoemde prijspakkers .

In het pand waar het bedrijf is gevestigd worden meerdere **netwerkborrels** gegeven waar gratis aan kan worden deelgenomen, daarnaast is het ook mogelijk om gratis deel te nemen aan een aantal andere **bitterbalborrels** die zich in het werkgebied bevinden.

De **sociale media** zal een belangrijke rol krijgen in de organisatie. Er zal gebruik worden gemaakt van facebook, twitter en Hallo! Naast aanbiedingen zal hier ook worden gerefereerd naar verschillende ontwikkelde projecten.

Bij opening van het bedrijf zal een **bouwwedstrijd** worden georganiseerd samen met de lokale scoutinggroepen om publiciteit te verkrijgen. Voor de wedstrijd zullen zij een duurzame hut moeten bouwen waarbij de winnende groep de hut bij hun clubhuis geplaatst krijgt.

5.4.5 Personeel

Personeel is niet alleen een van de belangrijkste instrumenten (imagoverbetering, klantvriendelijkheid), maar tevens de grootste kostenpost. Het personeelsbestand is geschikt voor de nieuwe onderneming en reeds bekend met de lokale markt.

Aan het personeel zullen **cursussen** worden geboden zodat ze zich zo veel mogelijk blijven ontwikkelen. Omdat wij ook kiezen voor risicovollere promotiemiddelen zoals social media is het voor ons van groot belang dat de samenwerking met de verschillende betrokkene goed is. Om dit te waarborgen zal er gericht worden op **transpiratie, kwaliteit** en een **hecht samenwerkingsverband**.

Op lang termijn willen wij ons ontwikkelen tot **erkent leerbedrijf**. V.B.M. Bouw gelooft in samenwerken en kennisdelen. We willen een bouwplaats uitgevoerd als leerlingenbouwplaats. Dit is een volwaardig project waar leerlingen, die een opleiding in de beroepsbegeleidende leerweg (werken en leren) volgen, zelf alle bouwkundige of installatietechnische werkzaamheden uitvoeren.

5.4.6 Physical evidence

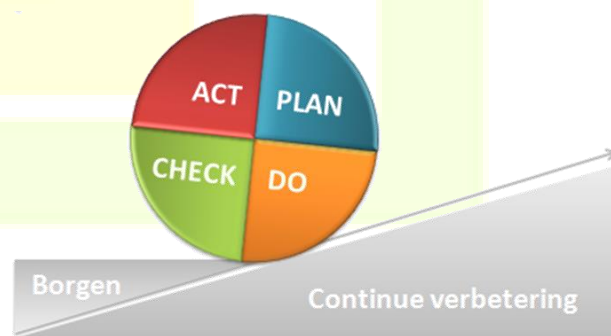
Physical evidence, oftewel fysiek bewijs. Een product zelf is het fysieke bewijs van de kwaliteit van een product, echter heb je dat bij een dienst uiteraard niet. Omdat een dienst niet tastbaar is, is het moeilijk om te bewijzen wat de waarde van de dienst is. Omdat wij ook diensten aanbieden willen wij hier ook fysiek bewijs voor leveren dat de dienst een bepaalde waarde vertegenwoordigen. Wij zullen hierop inspelen door het afleggen van **klanttevredenheidsonderzoeken**. Deze zijn voor ons van groot belang, wij zijn van mening dat elke klacht als gratis advies kan worden gezien.

5.4.7 Proces

Met proces doelen wij op de samenwerking met klanten, betrokkene en het gehele proces omtrent de levering van een producten en/of dienst. Het proces geeft de afnemer een bepaald gevoel bij de dienst. Een goed proces verhoogt de klanttevredenheid en voegt daarom waarde toe. Naast dat het proces voor de klant belangrijk is kan het bedrijf hier ook voordeel behalen. Om hier op in te spelen zal bij de **R&D afdeling** het proces constant geevalueerd en verbeterd worden. Ook zal onderzoek worden gedaan naar innovatieve mogelijkheden voor bedrijfsprocessen.

Om projecten optimaal te beheren maken V.B.M. Bouw gebruik van de **Beheercyclus van Deming**. Aan de hand van de Cyclus worden de GOTRICK aspecten uitgewerkt om een zo kwalitatief mogelijk resultaat te leveren aan de klant. Om ervoor te zorgen dat de cyclus niet steeds opnieuw wordt doorgelopen maakt wij daarbij gebruik van borging. Op deze manier zorgen wij voor continue verbetering in het proces voor een optimaal proces resultaat.

Door iedere aanpassing in het beheer te borgen blijft deze binnen het proces, waarna de cyclus opnieuw belopen wordt. Dankzij de borging zal het proces steeds beter verlopen en zorgen we ervoor dat het alleen maar van goed naar beter gaat.



GOTRICK

- Geld
- Organisatie
- Tijd
- Risico
- Informatie
- Communicatie
- Kwaliteit

5.5 Mediaplan

Wij zullen een zeer actieve en intensieve promotiecampagne opstarten in combinatie met thema en actiecommunicatie. Het doel is om in een periode van drie jaar de marketingsdoelstellingen van ons bedrijf te behalen.

Mediainzet

Marketingdoestelling	Doelgroep(en)	Marketing communicatiedoel	Media inzet	Start
Ontwikkelen tot een betrouwbare en gerespecteerde bouwonderneming	Aannemers Onderaannemers Leveranciers	Bekendheid	Website	Direct
		Informatief	Website highlights	Direct
		Prijsbekend maken	Folders	Direct
		Behoeftte op te wekken	Visitekaartjes	Direct
		Introductie/creëren behoefte	Reclame bord	Direct
		Productbekendheid	Roll-up systeem	Direct
		Productkennis/promotie	Social media	Direct
			Bouwwedstrijd	Direct
			Netwerkborrels	Direct
			Bitterbalborrels	Direct
			Regionaal dagblad	3 maanden
			Klant tevredenheids-onderzoek	6 maanden
			Referenties	6 maanden
			R&D presentatie bedrijvendag	12 maanden
Optimale samenwerking met betrokken partijen	Alle betrokkene	Bekendheid	Website	6 maanden
		Informatief	Social Media	6 maanden
		Behoeftte op te wekken	Referenties	6 maanden
		Introductie/creëren behoefte		
Zeervredenen klanten	Klant	Bekendheid	Website	6 maanden
		Productbekendheid	Referenties	6 maanden
		Productkennis/promotie	Social media	6 maanden
		Informatief	Netwerkborrels	6 maanden
			Bitterbalborrels	6 maanden
			Klant tevredenheids-onderzoek	6 maanden
Proactieve en trotse medewerkers	Medewerkers	Promotie	Website	Direct
		Informatief	Social media	6 maanden
Milieubeleid als volwaardig en integraal onderdeel	Alle betrokkene	Productkennis/promotie	Website	Direct
		Informatief	Social media	Direct
		Behoeftte op te wekken	Folder	Direct
		Introductie/creëren behoefte	Referenties	6 maanden
		Imago versterkend	Netwerkborrels	6 maanden
		Kwaliteitsperceptie creëren	Bitterbalborrels	6 maanden
Groei in aantal werknemers (gelijktmatig oplopend met de stijging van de omzet)	Medewerkers	Behoeftte op te wekken	Website	6 maanden
		Introductie/creëren behoefte	Social media Netwerkborrels	6 maanden
		Imago versterkend	Bitterbalborrels	6 maanden
			Netwerkborrels	6 maanden
Productbekendheid vergroten	Klant	Imago versterkend	Website	Direct
		Assortimentbekendheid	Folder	Direct
		Informatief	Advertentie	Direct
		Transformele productkennis	Social media	Direct
		Informationele productkennis	Referenties	6 maanden
		Bedrijfsbekendheid		
		Gedragintentie op te wekken		
		Herinneringsreclame		
Productkennis vergroten	Klant	Imago versterkend	Social media	Direct
		Assortimentbekendheid	Anquette	6 maanden
		Informatief	Bitterbalborrels	6 maanden
		Transformele productkennis	Netwerkborrels	6 maanden
		Informationele productkennis		
		Bedrijfsbekendheid		
		Gedragintentie op te wekken		
		Herinneringsreclame		
		Kwaliteitsperceptie creëren		

Uitbreiden en verder ontwikkelen tot een erkend leerbedrijf	Klant	Imago versterkend	R&D	2 jaar
		Informatief	Website	2 jaar
		Behoeftte op te wekken	Social media	2 jaar
		Introductie/creëren behoefte	Folder	2 jaar
		Bedrijfsbekendheid	Referenties	2 jaar
Een aanzienlijk marktaandeel (netto groei van 3% per jaar)	Alle betrokkene		Alle	3 jaar
Een groei van het eigen vermogen binnen drie jaar naar €500.000,- (Groeien tot een succesvol en winstgevend bedrijf)	De klant	Bekendheid	Alle	3 jaar
		Informatief		
		Behoeftte op te wekken		
		Creëren behoefte		



Hoofdstuk 6 Het Financieel Plan

Voor onze onderneming is een financieel plan opgesteld. De onderbouwing van kosten en de bronnen ervan zijn terug te vinden in **Bijlage 6**.

6.1 Investeringsplan

Investeringsbegroting	
Vaste activa:	
-	
Apparatuur/installaties/automatisering	€ 20.725,00
Overige vaste activa (10%)	€ 2.072,50
aanloopkosten	€ 1.311,00
Totaal vaste activa	€ 22.797,50
Vlottende activa	
Voorfinanciering BTW	€ -
Overige vlottende activa (10%)	€ -
Totaal vlottende activa	€ -
Liquide middelen	
werkkapitaal	€ 1.000,00
bank	€ 12.202,50
Totaal liquide middelen	€ 13.202,50
Totale financieringsbehoefte	€ 36.000,00

6.2 Financieringsplan

Financieringsbegroting	
Totale vermogensbehoefte	€ 36.000,00
Eigen vermogen:	
Spaargeld	€ 15.000,00
Totaal eigen vermogen	€ 15.000,00
Totaal vreemd vermogen	
<u>(Middel)lang vreemd vermogen</u>	
Lening bank	€ 20.000,00
<u>Kort vreemd vermogen</u>	
Rekening-courant krediet	€ 1.000,00
Totaal vreemd vermogen	€ 21.000,00
Totaal financieringen	€ 36.000,00

6.3 Exploitatiebegroting

	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3	Jaar 4
Personeelskosten				
Salarissen vast personeel	€540.000,00	€660.000,00	€780.000,00	€900.000,00
Salarissen tijdelijk personeel	€9.797,60	€14.696,40	€19.595,20	€24.494,00
Huisvestingskosten				
huur werkplekken	€33.600,00	€42.000,00	€50.400,00	€58.800,00
huur vergaderruimte	€4.800,00	€9.600,00	€14.400,00	€19.200,00
Vervoerskosten				
kilometervergoeding woon/werk	€15.808,00	€15.808,00	€15.808,00	€15.808,00
Algemene kosten				
telefoon, internet, office, cloud	€6.144,00	€7.680,00	€9.216,00	€10.752,00
Afschrijvingen				
afschrijving computerapparatuur	€5.181,25	€5.181,25	€5.181,25	€5.181,25
Verzekeringen				
aansprakelijkheidsverzekering	€26,32	€32,90	€39,38	€45,86
bedrijfsaansprakelijkheidsverzek.	€42,00	€52,50	€63,00	€73,50
Bankkosten				
rente bankkrediet	€150,00	-	-	-
aflossingen	€1.000,00	-	-	-
Promotiekosten				
bouwwedstrijd	€2.000,00	-	-	-
website onderhouden	€30,00	€30,00	€30,00	€30,00
website highliten	€40,00	€40,00	€40,00	€40,00
folders (2000 st)	€83,00	€83,00	-	-
visitekaartjes (500 st x 8 man)	€400,00	€300,00	€200,00	€100,00
R&D presentatie bedrijvendag	€175,00	-	€175,00	-
adverteren in Cobouw 1x(1/8e pag)	€544,00	€544,00	€544,00	€544,00
TOTALE KOSTEN	€619.821,17	€756.048,05	€895.691,83	€1.035.068,61
Omzet	€3.200.000,00	€4.500.000,00	€6.000.000,00	€7.700.000,00
Uitbesteed werk	€2.560.000,00	€3.600.000,00	€4.800.000,00	€6.160.000,00
Toegevoegde waarde	€640.000,00	€900.000,00	€1.200.000,00	€1.540.000,00
Kosten	€619.821,17	€756.048,05	€895.691,83	€1.035.068,61
BEDRIJFSRESULTAAT	€20.178,83	€143.951,95	€304.308,17	€504.931,39

6.4 Liquiditeitsbegroting

Maanden:	Maand 1	Maand 2	Maand 3	Maand 4	Maand 5	Maand 6
Liquide middelen begin (A)	€ -	€ 742,93-	€ 269,21	€ 2.308,48	€ 6.402,04	€ 14.854,14
Ontvangsten						
Verkoop (geld dat binnen komt)	€ 266.666,67	€ 266.666,67	€ 266.666,67	€ 266.666,67	€ 266.666,67	€ 266.666,67
Totaal ontvangsten (B)	€ 266.666,67	€ 265.923,74	€ 266.935,87	€ 268.975,15	€ 273.068,70	€ 281.520,81
Betalingen						
Personeelskosten	€ 45.816,47	€ 45.816,47	€ 45.816,47	€ 45.816,47	€ 45.816,47	€ 45.816,47
Huisvestingskosten	€ 3.200,00	€ 3.200,00	€ 3.200,00	€ 3.200,00	€ 3.200,00	€ 3.200,00
Vervoerskosten	€ 1.317,33	€ 1.317,33	€ 1.317,33	€ 1.317,33	€ 1.317,33	€ 1.317,33
Algemene kosten	€ 512,00	€ 512,00	€ 512,00	€ 512,00	€ 512,00	€ 512,00
Afschrijvingen	€ 431,77	€ 431,77	€ 431,77	€ 431,77	€ 431,77	€ 431,77
Verzekeringen	€ 5,69	€ 5,69	€ 5,69	€ 5,69	€ 5,69	€ 5,69
Bankkosten	€ 60,00	€ 45,00	€ 30,00	€ 15,00		
aflossingen	€ 250,00	€ 250,00	€ 250,00	€ 250,00		
Promotiekosten	€ 2.483,00					€ 205,00
uitbesteding werk	€ 213.333,33	€ 213.333,33	€ 213.333,33	€ 213.333,33	€ 213.333,33	€ 213.333,33
Totaal betalingen (C)	€ 267.409,60	€ 264.911,60	€ 264.896,60	€ 264.881,60	€ 264.616,60	€ 264.821,60
Liquide middelen einde periode = A+B-C	€ 742,93-	€ 269,21	€ 2.308,48	€ 6.402,04	€ 14.854,14	€ 31.553,36

Maanden:	Maand 7	Maand 8	Maand 9	Maand 10	Maand 11	Maand 12
Liquide middelen begin (A)	€ 31.553,36	€ 65.156,78	€ 132.363,64	€ 266.777,34	€ 535.564,76	€ 1.073.179,58
Ontvangsten						
Verkoop (geld dat binnen komt)	€ 266.666,67	€ 266.666,67	€ 266.666,67	€ 266.666,67	€ 266.666,67	€ 266.666,67
Totaal ontvangsten (B)	€ 298.220,02	€ 331.823,45	€ 399.030,30	€ 533.444,01	€ 802.231,42	€ 1.339.846,25
Betalingen						
Personeelskosten	€ 45.816,47	€ 45.816,47	€ 45.816,47	€ 45.816,47	€ 45.816,47	€ 45.816,47
Huisvestingskosten	€ 3.200,00	€ 3.200,00	€ 3.200,00	€ 3.200,00	€ 3.200,00	€ 3.200,00
Vervoerskosten	€ 1.317,33	€ 1.317,33	€ 1.317,33	€ 1.317,33	€ 1.317,33	€ 1.317,33
Algemene kosten	€ 512,00	€ 512,00	€ 512,00	€ 512,00	€ 512,00	€ 512,00
Afschrijvingen	€ 431,77	€ 431,77	€ 431,77	€ 431,77	€ 431,77	€ 431,77
Verzekeringen	€ 5,69	€ 5,69	€ 5,69	€ 5,69	€ 5,69	€ 5,69
Bankkosten						
aflossingen						
Promotiekosten				€ 40,00		€ 544,00
uitbesteding werk	€ 213.333,33	€ 213.333,33	€ 213.333,33	€ 213.333,33	€ 213.333,33	€ 213.333,33
Totaal betalingen (C)	€ 264.616,60	€ 264.616,60	€ 264.616,60	€ 264.656,60	€ 264.616,60	€ 265.160,60
Liquide middelen einde periode = A+B-C	€ 65.156,78	€ 132.363,64	€ 266.777,34	€ 535.564,76	€ 1.073.179,58	€ 2.147.865,24

Hoofdstuk 7 Conclusies en Aanbevelingen

7.1 Conclusie

Door ons zijn mede door het maken van dit plan de onderstaande conclusies getrokken

- Er zal een nieuwe onderneming 'V.B.M. bouw V.O.F.' worden opgezet welke zich richt op de marktsegmenten: herbestemming, renovatie en onderhoud;
- De onderneming zal worden opgezet door 3 vennoten: Mats van Elderen, Björn de Bruijn en Vera van de Guchte;
- De 3 vennoten zullen de directie vormen, tevens zullen zij ook projectleider zijn met elk een eigen afdeling;
- Het bedrijf heeft als werkgebied omgeving Den Haag en zal zich in het bedrijvenverzamelcentrum het 'Pageshuis' op het Lange Voorhout 6 te Den Haag vestigen;
- In het werkgebied waar wij ons bevinden is de vraag groot;
- De markt waar wij ons op richten heeft veel concurrentie, wij zullen onderscheidend moeten zijn om opdrachten te verkrijgen;
- Er zal 5 man in dienst moeten worden genomen, indien extra personeel nodig is zullen zzp'ers worden ingehuurd. Onderdelen welke kennis nodig hebben wat niet in ons bedrijf zit zullen worden uitbesteed;
- Het bedrijf zal per jaar met 2 werknemers groeien gelijkmatig oplopend met de stijging van de omzet, daarnaast zal het zich op lange termijn ontwikkelen tot erkent leerbedrijf;
- Er zal een R&D afdeling worden zodat wij kunnen excelleren op product- en procesleiderschap en product- en procesontwikkeling;
- Door middel van de Beheerscyclus van Demin en klanttevredenheidsonderzoeken zal er een zo kwalitatief mogelijk resultaat geleverd worden aan de klant;
- Door het aanhouden van het marketing- en communicatieplan zal de naamsbekendheid van het bedrijf groeien tot een betrouwbare en gerespecteerde bouwonderneming in de sector welke veel vaste partners heeft;
- Het milieubeleid zal een volwaardig en integraal onderdeel van het totale ondernemingsbeleid zijn.

7.2 Aanbeveling

- Het strak volgen van wijzigingen in de vraag vanuit de markt en hierop zeer snel in te spelen;
- Een goede interne communicatie met veel overleg zal gezien de zelfstandigheid van de 3 vennoten een belangrijk item zijn;
- Het strak volgen van de realisatie van de geplande (financiële) doelstellingen en het direct bijsturen van eventueel geconstateerde negatieve afwijkingen hierin.

Hoofdstuk 8 Bronvermelding

Boeken

- Heene, J. Vanhaverbeke, S. Vermeylen (2012), Praktijkboek Strategie, Uitgeverij Scriptum bv, Schiedam
- Drs. De Vries, Drs. Dekker (2007, 2^e druk), Strategie voor dienstverlening, Wolters-Noordhoff: Groningen/Houten
- P.J. Cusveller, J. Rikkerink, D.E. van Werven (2011), Management Commerciële bedrijfsvoering, KOB
- L. van den Berg, W. van Leeningen, R.V. Son (2011), Management Integrale bedrijfsvoering, KOB
- L. van den Berg, W. van Leeningen, R.V. Son (2011), Management Financiële bedrijfsvoering, KOB

Internet sites

- <http://eigenondernemingstarten.com/verzekering-ondernemer>
- <http://www.kvk.nl/ondernemen/belastingen/soorten-belasting/omzetbelasting-btw/>
- <http://www.ikwordzzper.nl/landelijk/zzp-stappenplan/voorbereidingsfase/zzpscan>
- <http://www.pageshuis.nl/werkplekken.html>
- http://www.woongoedzvl.nl/fileadmin/uploads/jaarstukken/2012_ONDERNEMINGSPLAN_2011-2015.pdf
- <http://www.heembouw.nl/images/stories/publicaties/heembouw-ondernemingsplan-vanaf-2011-verkort-extern.pdf>
- http://www.leuven.be/binaries/ONDERNEMINGSPLAN2008_2010_ACTUALISATIE2010_tcm16-13989.pdf
- <http://www.intemarketing.nl/marketing/modellen/ansoff-model>
- <http://www.managementgoeroes.nl/management-modellen/marketingmix/>
- <http://www.zomaakjeeenbeleidsplan.noordhoff.nl/sites/7450/7450-webpage2.htm>
- <http://www.salesgids.com/artikelen-sales/marketing/marketingplan-onderdelen-en-voorbeeld>
- <http://www.kvk.nl/ondernemen/bedrijf-starten/een-ondernemingsplan-maken/>
- <http://www.onlineprinters.nl/Folded-Flyers,-A4-Half-%28portrait%29.htm?websale8=diedruckerei.06-aa&pi=PFYH444&ci=001817>
- <http://www.onlineprinters.nl/Save-a-lot-business-cards.htm?websale8=diedruckerei.06-aa&pi=PSVV844&ci=001847>
- http://media.bimmedia.nl/pdf/NSTD2013/CobouwProd.pdf?_ga=1.31479550.1117086155.1390779881
- <http://www.haagschebusinessclub.nl/informatie/abonnement>
- <http://www.bitterballenborrel.nl/events/1093-2014-01-30/>
- <http://www.onlineprinters.nl/Advertising-sign,-DIN-A2.htm?websale8=diedruckerei.06-aa&pi=DWSA240&ci=001968>
- <http://www.onlineprinters.nl/Rollup-System-Economy.htm?websale8=diedruckerei.06-aa&pi=LRE0940&ci=001961>
- http://www.kvk.nl/download/2010-02%20Gratis%20promotie%20zo%20doe%20je%20dat_tcm14-236162.pdf
- <http://www.werkspot.nl/vakman/inschrijven/abbonementen-en-prijzen>

Hoofdstuk 9 Bijlagen

Bijlagen 1 Hoofdlijnen onderneming

De hoofdlijn van de overeenkomst bestaat uit de volgende afspraken:

- De handelsnaam van de vennootschap is 'V.B.M. bouw' V.O.F.;
- De vennootschap wordt gevormd door drie vennoten:
 - Vera van de Guchte
 - Mats van Elderen
 - Björn de Bruijn
- De drie vennoten brengen een gelijk deel in aan eigen vermogen, namelijk €15.000,-;
- Opbrengsten uit de onderneming worden evenredig verdeeld; per vennoot 1/3 deel;
- Alle vennoten zijn fulltime werkzaam in de onderneming. Iedere vennoot heeft zijn/haar eigen aandachtsgebied;
- Jaarlijks schrijft iedere vennoot een financieel- en actieplan voor zijn eigen onderdeel. Deze actieplannen worden geïntegreerd in een overkoepelend jaarplan. Het jaarplan wordt voor akkoord ondertekend door alle vennoten. Uitgaven die niet zijn opgenomen in het jaarplan en groter zijn dan €5.000,- moeten door alle vennoten akkoord worden bevonden. Kleinere bedragen mogen door individuele vennoten wel worden besteed, tot aan een cumulatief maximum van €10.000,- per jaar;
- Het is ieder van de vennoten verboden tijdens de duur van de vennootschap bij een andere onderneming werkzaam te zijn of daarbij rechtstreeks of zijdelings betrokken te zijn, behoudens schriftelijke toestemming van de andere vennoten;
- De vennootschap eindigt indien de drie vennoten daartoe in onderling overleg besluiten en wel op het door hen, bij dat besluit te bepalen, tijdstip. Dit besluit moet schriftelijk worden vastgelegd en ondertekend door alle vennoten;
- Alle geschillen (conflicten in het bedrijf, geschil met de belastingdienst of particuliere sfeer) die tussen de vennoten mochten ontstaan naar aanleiding van of in verband met de uitvoering van deze overeenkomst of van andere overeenkomsten, zullen vennoten trachten in eerste instantie op te lossen met behulp van het advocatenkantoor, (Haagstate Advocate N.V.), gevestigd op de Nieuwe Parklaan 25 te Den Haag;
- Ieder van de vennoten heeft het recht de vennootschap op te zeggen, mits met inachtneming van een termijn van ten minste zes maanden en slechts per het einde van een boekjaar. De opzegging dient te geschieden aan ieder van de andere vennoten, schriftelijk met bericht van ontvangst;
- Ieder van de vennoten is gerechtigd tot een vakantie van ten hoogste vijftientig werkdagen per jaar.

Bijlagen 2 Algemene- en leveringsvoorwaarde

artikel 1. Algemeen

- Deze voorwaarden zijn van toepassing op iedere aanbieding, offerte en overeenkomst tussen V.B.M. Bouw, hierna te noemen: "Gebruiker", en een Opdrachtgever waarop Gebruiker deze voorwaarden van toepassing heeft verklaard, voor zover van deze voorwaarden niet door partijen uitdrukkelijk en schriftelijk is afgeweken.
- De onderhavige voorwaarden zijn eveneens van toepassing op overeenkomsten met Gebruiker, voor de uitvoering waarvan door Gebruiker derden dienen te worden betrokken.
- Deze algemene voorwaarden zijn eveneens geschreven voor de medewerkers van Gebruiker en zijn directie.
- De toepasselijkheid van eventuele inkoop- of andere voorwaarden van Opdrachtgever wordt uitdrukkelijk van de hand gewezen.
- Indien één of meerdere bepalingen in deze algemene voorwaarden op enig moment geheel of gedeeltelijk nietig zijn of vernietigd mochten worden, dan blijft het overigens in deze algemene voorwaarden bepaalde volledig van toepassing. Gebruiker en de Opdrachtgever zullen alsdan in overleg treden teneinde nieuwe bepalingen ter vervanging van de nietige of vernietigde bepalingen overeen te komen, waarbij zoveel als mogelijk het doel en de strekking van de oorspronkelijke bepalingen in acht wordt genomen.
- Indien onduidelijkheid bestaat omtrent de uitleg van één of meerdere bepalingen van deze algemene voorwaarden, dan dient de uitleg plaats te vinden 'naar de geest' van deze bepalingen.
- Indien zich tussen partijen een situatie voordoet die niet in deze algemene voorwaarden geregeld is, dan dient deze situatie te worden beoordeeld naar de geest van deze algemene voorwaarden.
- Indien Gebruiker niet steeds strikte naleving van deze voorwaarden verlangt, betekent dit niet dat de bepalingen daarvan niet van toepassing zijn, of dat Gebruiker in enigerlei mate het recht zou verliezen om in andere gevallen de stipte naleving van de bepalingen van deze voorwaarden te verlangen.

artikel 2 Offertes en aanbiedingen

- Alle offertes en aanbiedingen van Gebruiker zijn vrijblijvend, tenzij in de offerte een termijn voor aanvaarding is gesteld. Indien geen aanvaardingstermijn is gesteld, kan aan de offerte of aanbieding op generlei wijze enig recht worden ontleend indien het product waarop de offerte of de aanbieding betrekking heeft in de tussentijd niet meer beschikbaar is.
- Gebruiker kan niet aan zijn offertes of aanbiedingen worden gehouden indien de Opdrachtgever redelijkerwijs kan begrijpen dat de offertes of aanbiedingen, dan wel een onderdeel daarvan, een kennelijke vergissing of verschrijving bevat.
- De in een offerte of aanbieding vermelde prijzen zijn exclusief BTW en andere heffingen van overheidswege, eventuele in het kader van de overeenkomst te maken kosten, daaronder begrepen reis- en verblijf-, verzend- en administratiekosten, tenzij anders aangegeven.
- Indien de aanvaarding (al dan niet op ondergeschikte punten) afwijkt van het in de offerte of de aanbieding opgenomen aanbod dan is Gebruiker daaraan niet gebonden. De overeenkomst komt dan niet overeenkomstig deze afwijkende aanvaarding tot stand, tenzij Gebruiker anders aangeeft.
- Een samengestelde prijsopgave verplicht Gebruiker niet tot het verrichten van een gedeelte van de opdracht tegen een overeenkomstig deel van de opgegeven prijs. Aanbiedingen of offertes gelden niet automatisch voor toekomstige orders.

artikel 3 Contractsduur; uitvoeringstermijnen, risico-overgang, uitvoering en wijziging overeenkomst; prijsverhoging

- De overeenkomst tussen Gebruiker en de Opdrachtgever wordt aangegaan voor onbepaalde tijd, tenzij uit de aard van de overeenkomst anders voortvloeit of indien partijen uitdrukkelijk en schriftelijk anders overeenkomen.
- Is voor de uitvoering van bepaalde werkzaamheden of voor de levering van bepaalde zaken een termijn overeengekomen of opgegeven, dan is dit nimmer een fatale termijn. Bij overschrijding van een termijn dient de Opdrachtgever Gebruiker derhalve schriftelijk in gebreke te stellen. Gebruiker dient daarbij een redelijke termijn te worden geboden om alsnog uitvoering te geven aan de overeenkomst.
- Gebruiker zal de overeenkomst naar beste inzicht en vermogen en overeenkomstig de eisen van goed vakmanschap uitvoeren. Een en ander op grond van de op dat moment bekende stand der wetenschap.
- Gebruiker heeft het recht bepaalde werkzaamheden te laten verrichten door derden. De toepasselijkheid van artikel 7:404, 7:407 lid 2 en 7:409 BW wordt uitdrukkelijk uitgesloten.
- Indien door Gebruiker of door Gebruiker ingeschakelde derden in het kader van de opdracht werkzaamheden worden verricht op de locatie van de Opdrachtgever of een door de Opdrachtgever aangewezen locatie, draagt de Opdrachtgever kosteloos zorg voor de door die medewerkers in redelijkheid gewenste faciliteiten.
- Levering geschiedt af bedrijf van Gebruiker. De Opdrachtgever is verplicht de zaken af te nemen op het moment dat deze hem ter beschikking worden gesteld. Indien de Opdrachtgever afname weigert of nalatig is met het verstrekken van informatie of instructies die noodzakelijk zijn voor de levering, dan is Gebruiker gerechtigd de zaken op te slaan voor rekening en risico van de Opdrachtgever. Het risico van verlies, beschadiging of waardevermindering gaat op de Opdrachtgever over op het moment waarop zaken aan de Opdrachtgever ter beschikking staan.
- Gebruiker is gerechtigd de overeenkomst in verschillende fasen uit te voeren en het aldus uitgevoerde gedeelte afzonderlijk te factureren.
- Indien de overeenkomst in fasen wordt uitgevoerd kan Gebruiker de uitvoering van die onderdelen die tot een volgende fase behoren opschorten totdat de Opdrachtgever de resultaten van de daaraan voorafgaande fase schriftelijk heeft goedgekeurd.
- De Opdrachtgever draagt er zorg voor dat alle gegevens, waarvan Gebruiker aangeeft dat deze noodzakelijk zijn of waarvan de Opdrachtgever redelijkerwijs behoort te begrijpen dat deze noodzakelijk zijn voor het uitvoeren van de overeenkomst, tijdig aan Gebruiker worden verstrekt. Indien de voor de uitvoering van de overeenkomst benodigde gegevens niet tijdig aan Gebruiker zijn verstrekt, heeft Gebruiker het recht de uitvoering van de overeenkomst op te schorten en / of de uit de vertraging voortvloeiende extra kosten volgens de alsdan gebruikelijke tarieven aan de Opdrachtgever in rekening te brengen. De uitvoeringstermijn vangt niet eerder aan dan nadat de Opdrachtgever de gegevens aan Gebruiker ter beschikking heeft gesteld. Gebruiker is niet aansprakelijk voor schade, van welke aard ook, doordat Gebruiker is uitgegaan van door de Opdrachtgever verstrekte onjuiste en / of onvolledige gegevens.
- Indien tijdens de uitvoering van de overeenkomst blijkt dat het voor een behoorlijke uitvoering daarvan noodzakelijk is om deze te wijzigen of aan te vullen, dan zullen partijen tijdig en in onderling overleg tot aanpassing van de overeenkomst overgaan. Indien de aard, omvang of inhoud van de overeenkomst, al dan niet op verzoek of aanwijzing van de Opdrachtgever, van de bevoegde instanties et cetera, wordt gewijzigd en de overeenkomst daardoor in kwalitatief en / of kwantitatief opzicht wordt gewijzigd, dan kan dit consequenties hebben voor hetgeen oorspronkelijk overeengekomen werd. Daardoor kan ook het oorspronkelijk overeengekomen bedrag worden verhoogd of verlaagd. Gebruiker zal daarvan zoveel als mogelijk vooraf prijsopgave doen. Door een wijziging van de overeenkomst kan

voorts de oorspronkelijk opgegeven termijn van uitvoering worden gewijzigd. De Opdrachtgever aanvaardt de mogelijkheid van wijziging van de overeenkomst, daaronder begrepen de wijziging in prijs en termijn van uitvoering.

11. Indien de overeenkomst wordt gewijzigd, daaronder begrepen een aanvulling, dan is Gebruiker gerechtigd om daaraan eerst uitvoering te geven nadat daarvoor akkoord is gegeven door de binnen Gebruiker bevoegde persoon en de Opdrachtgever akkoord is gegaan met de voor de uitvoering opgegeven prijs en andere voorwaarden, daaronder begrepen het alsdan te bepalen tijdstip waarop daaraan uitvoering gegeven zal worden. Het niet of niet onmiddellijk uitvoeren van de gewijzigde overeenkomst levert geen wanprestatie van Gebruiker op en is voor de Opdrachtgever geen grond om de overeenkomst op te zeggen of te annuleren.

12. Zonder daarmee in gebreke te komen, kan Gebruiker een verzoek tot wijziging van de overeenkomst weigeren, indien dit in kwalitatief en / of kwantitatief opzicht gevolg zou kunnen hebben bijvoorbeeld voor de in dat kader te verrichten werkzaamheden of te leveren zaken.

13. Indien de Opdrachtgever in gebreke mocht komen in de deugdelijke nakoming van hetgeen waartoe hij jegens Gebruiker gehouden is, dan is de Opdrachtgever aansprakelijk voor alle schade aan de zijde van Gebruiker daardoor direct of indirect ontstaan.

14. Indien Gebruiker met de Opdrachtgever een vast honorarium of vaste prijs overeenkomt, dan is Gebruiker niettemin te allen tijde gerechtigd tot verhoging van dit honorarium of deze prijs zonder dat de Opdrachtgever in dat geval gerechtigd is om de overeenkomst om die reden te ontbinden, indien de verhoging van de prijs voortvloeit uit een bevoegdheid of verplichting ingevolge de wet- of regelgeving of haar oorzaak vindt in een stijging van de prijs van grondstoffen, lonen et cetera of op andere gronden die bij het aangaan van de overeenkomst redelijkerwijs niet voorzienbaar waren.

15. Indien de prijsstijging anders dan als gevolg van een wijziging van de overeenkomst meer bedraagt dan 10% en plaatsvindt binnen drie maanden na het sluiten van de overeenkomst, dan is uitsluitend de Opdrachtgever die een beroep toekomt op titel 5 afdeling 3 van Boek 6 BW gerechtigd de overeenkomst door een schriftelijke verklaring te ontbinden, tenzij Gebruiker

- alsdan alsnog bereid is om de overeenkomst op basis van het oorspronkelijk overeengekomene uit te voeren;
- indien de prijsverhoging voortvloeit uit een bevoegdheid of een op Gebruiker rustende verplichting ingevolge de wet;
- indien bedongen is dat de aflevering langer dan drie maanden na de totstandkoming van de overeenkomst zal plaatsvinden;
- of, bij levering van een zaak, indien is bedongen dat de aflevering langer dan drie maanden na de koop zal plaatsvinden.

artikel 4 Opschorting, ontbinding en tussentijdse opzegging van de overeenkomst

1. Gebruiker is bevoegd de nakoming van de verplichtingen op te schorten of de overeenkomst te ontbinden, indien de Opdrachtgever de verplichtingen uit de overeenkomst niet, niet volledig of niet tijdig nakomt, na het sluiten van de overeenkomst Gebruiker ter kennis gekomen omstandigheden goede grond geven te vrezen dat de Opdrachtgever de verplichtingen niet zal nakomen, indien de Opdrachtgever bij het sluiten van de overeenkomst verzocht is om zekerheid te stellen voor de voldoening van zijn verplichtingen uit de overeenkomst en deze zekerheid uitblijft of onvoldoende is of indien door de vertraging aan de zijde van de Opdrachtgever niet langer van Gebruiker kan worden gevergd dat hij de overeenkomst tegen de oorspronkelijk overeengekomen condities zal nakomen.

2. Voorts is Gebruiker bevoegd de overeenkomst te ontbinden indien zich omstandigheden voordoen welke van dien aard zijn dat nakoming van de overeenkomst onmogelijk is of indien er zich anderszins omstandigheden voordoen die van dien aard zijn dat ongewijzigde instandhouding van de overeenkomst in redelijkheid niet van Gebruiker kan worden gevergd.

3. Indien de overeenkomst wordt ontbonden zijn de vorderingen van Gebruiker op de Opdrachtgever onmiddellijk opeisbaar. Indien Gebruiker de nakoming van de verplichtingen opschort, behoudt hij zijn aanspraken uit de wet en overeenkomst.

4. Indien Gebruiker tot opschorting of ontbinding overgaat, is hij op generlei wijze gehouden tot vergoeding van schade en kosten daardoor op enigerlei wijze ontstaan.

5. Indien de ontbinding aan de Opdrachtgever toerekenbaar is, is Gebruiker gerechtigd tot vergoeding van de schade, daaronder begrepen de kosten, daardoor direct en indirect ontstaan.

6. Indien de Opdrachtgever zijn uit de overeenkomst voortvloeiende verplichtingen niet nakomt en deze niet-nakoming ontbinding rechtvaardigt, dan is Gebruiker gerechtigd de overeenkomst terstond en met directe ingang te ontbinden zonder enige verplichting zijnerzijds tot betaling van enige schadevergoeding of schadeloosstelling, terwijl de Opdrachtgever, uit hoofde van wanprestatie, wél tot schadevergoeding of schadeloosstelling is verplicht.

7. Indien de overeenkomst tussentijds wordt opgezegd door Gebruiker, zal Gebruiker in overleg met de Opdrachtgever zorgdragen voor overdracht van nog te verrichten werkzaamheden aan derden. Dit tenzij de opzegging aan de Opdrachtgever toerekenbaar is. Indien de overdracht van de werkzaamheden voor Gebruiker extra kosten met zich meebrengt, dan worden deze aan de Opdrachtgever in rekening gebracht. De Opdrachtgever is gehouden deze kosten binnen de daarvoor genoemde termijn te voldoen, tenzij Gebruiker anders aangeeft.

8. In geval van liquidatie, van (aanvraag van) surséance van betaling of faillissement, van beslaglegging - indien en voor zover het beslag niet binnen drie maanden is opgeheven - ten laste van de Opdrachtgever, van schuldsanering of een andere omstandigheid waardoor de Opdrachtgever niet langer vrijelijk over zijn vermogen kan beschikken, staat het Gebruiker vrij om de overeenkomst terstond en met directe ingang op te zeggen danwel de order of overeenkomst te annuleren, zonder enige verplichting zijnerzijds tot betaling van enige schadevergoeding of schadeloosstelling. De vorderingen van Gebruiker op de Opdrachtgever zijn in dat geval onmiddellijk opeisbaar.

9. Indien de Opdrachtgever een geplaatste order geheel of gedeeltelijk annuleert, dan zullen de werkzaamheden die werden verricht en de daarvoor bestelde of gereedgemaakte zaken, vermeerderd met de eventuele aan- afvoer- en afleveringskosten daarvan en de voor de uitvoering van de overeenkomst gereserveerde arbeidstijd, integraal aan de Opdrachtgever in rekening worden gebracht.

artikel 5 Overmacht

1. Gebruiker is niet gehouden tot het nakomen van enige verplichting jegens de Opdrachtgever indien hij daartoe gehinderd wordt als gevolg van een omstandigheid die niet is te wijten aan schuld, en noch krachtens de wet, een rechtshandeling of in het verkeer geldende opvattingen voor zijn rekening komt.

2. Onder overmacht wordt in deze algemene voorwaarden verstaan, naast hetgeen daaromtrent in de wet en jurisprudentie wordt begrepen, alle van buitenkomende oorzaken, voorzien of niet-voorzien, waarop Gebruiker geen invloed kan uitoefenen, doch waardoor Gebruiker niet in staat is zijn verplichtingen na te komen. Werkstakingen in het bedrijf van Gebruiker of van derden daaronder begrepen. Gebruiker heeft ook het recht zich op overmacht te beroepen indien de omstandigheid die (verdere) nakoming van de overeenkomst verhindert, intreedt nadat Gebruiker zijn verbintenis had moeten nakomen.

3. Gebruiker kan gedurende de periode dat de overmacht voortduurt de verplichtingen uit de overeenkomst opschorten. Indien deze periode langer duurt dan twee maanden, dan is ieder der partijen gerechtigd de overeenkomst te ontbinden, zonder verplichting tot vergoeding van schade aan de andere partij.

4. Voorzoveel Gebruiker ten tijde van het intreden van overmacht zijn verplichtingen uit de overeenkomst inmiddels gedeeltelijk is nagekomen of deze zal kunnen nakomen, en aan het nagekomen respectievelijk na te komen gedeelte zelfstandige waarde toekomt, is

Gebruiker gerechtigd om het reeds nagekomen respectievelijk na te komen gedeelte separaat te factureren. De Opdrachtgever is gehouden deze factuur te voldoen als ware er sprake van een afzonderlijke overeenkomst.

artikel 6 Betaling en incassokosten

1. Betaling dient steeds te geschieden binnen 14 dagen na factuurdatum, op een door Gebruiker aan te geven wijze in de valuta waarin is gefactureerd, tenzij schriftelijk anders door Gebruiker aangegeven. Gebruiker is gerechtigd om periodiek te factureren.
2. Indien de Opdrachtgever in gebreke blijft in de tijdige betaling van een factuur, dan is de Opdrachtgever van rechtswege in verzuim. De Opdrachtgever is alsdan een rente verschuldigd van 1% per maand, tenzij de wettelijke rente hoger is, in welk geval de wettelijke rente verschuldigd is. De rente over het opeisbare bedrag zal worden berekend vanaf het moment dat de Opdrachtgever in verzuim is tot het moment van voldoening van het volledig verschuldigde bedrag.
3. Gebruiker heeft het recht de door Opdrachtgever gedane betalingen te laten strekken in de eerste plaats in mindering van de kosten, vervolgens in mindering van de opgevallen rente en tenslotte in mindering van de hoofdsom en de lopende rente. Gebruiker kan, zonder daardoor in verzuim te komen, een aanbod tot betaling weigeren, indien de Opdrachtgever een andere volgorde voor de toerekening van de betaling aanwijst. Gebruiker kan volledige aflossing van de hoofdsom weigeren, indien daarbij niet eveneens de opgevallen en lopende rente en incassokosten worden voldaan.
4. De Opdrachtgever is nimmer gerechtigd tot verrekening van het door hem aan Gebruiker verschuldigde. Bezwaren tegen de hoogte van een factuur schorten de betalingsverplichting niet op. De Opdrachtgever die geen beroep toekomt op afdeling 6.5.3 (de artikelen 231 tot en met 247 boek 6 BW) is evenmin gerechtigd om de betaling van een factuur om een andere reden op te schorten.
5. Indien de Opdrachtgever in verzuim is in de (tijdige) nakoming van zijn verplichtingen, dan komen alle redelijke kosten ter verkrijging van voldoening buiten rechte voor rekening van de Opdrachtgever. Het verzuim van de Opdrachtgever die een natuurlijk persoon is, die niet handelt in de uitoefening van een beroep of bedrijf (particuliere opdrachtgever), treedt in nadat hij is aangemaand tot betaling binnen veertien dagen na de dag van aanmaning en betaling uitblijft. In de aanmaning wordt eveneens aangegeven wat de gevolgen van het uitblijven van betaling zijn. De buitengerechtelijke kosten worden berekend op basis van hetgeen in de Nederlandse incassopraktijk gebruikelijk is. Indien Gebruiker echter hogere kosten ter incasso heeft gemaakt die redelijkerwijs noodzakelijk waren en de Opdrachtgever geen natuurlijk persoon is die niet handelt in de uitoefening van een beroep of bedrijf (zakelijke opdrachtgever), komen de werkelijk gemaakte kosten voor vergoeding in aanmerking. De eventuele gemaakte gerechtelijke en executiekosten zullen eveneens op de Opdrachtgever worden verhaald. De Opdrachtgever is over de verschuldigde incassokosten eveneens rente verschuldigd.

artikel 7 Eigendomsvoorbehoud

1. Het door in het kader van de overeenkomst Gebruiker geleverde blijft eigendom van Gebruiker totdat de Opdrachtgever alle verplichtingen uit de met Gebruiker gesloten overeenkomst(en) deugdelijk is nagekomen.
2. Het door Gebruiker geleverde, dat ingevolge lid 1. onder het eigendomsvoorbehoud valt, mag niet worden doorverkocht en mag nimmer als betaalmiddel worden gebruikt. De Opdrachtgever is niet bevoegd om het onder het eigendomsvoorbehoud vallende te verpanden of op enige andere wijze te bezwaren.
3. De Opdrachtgever dient steeds al hetgeen te doen dat redelijkerwijs van hem verwacht mag worden om de eigendomsrechten van Gebruiker veilig te stellen. Indien derden beslag leggen op het onder eigendomsvoorbehoud geleverde danwel rechten daarop willen vestigen of doen gelden, dan is de Opdrachtgever verplicht om Gebruiker daarvan onmiddellijk op de hoogte te stellen. Voorts verplicht de Opdrachtgever zich om het onder eigendomsvoorbehoud geleverde te verzekeren en verzekerd te houden tegen brand, ontploffings- en waterschade alsmede tegen diefstal en de polis van deze verzekering op eerste verzoek aan Gebruiker ter inzage te geven. Bij een eventuele uitkering van de verzekering is Gebruiker gerechtigd tot deze penningen. Voorzoveel als nodig verbindt de Opdrachtgever zich er jegens Gebruiker bij voorbaat toe om zijn medewerking te verlenen aan al hetgeen dat in dat kader nodig of wenselijk mocht (blijken) te zijn.
4. Voor het geval Gebruiker zijn in dit artikel aangeduide eigendomsrechten wil uitoefenen, geeft de Opdrachtgever bij voorbaat onvoorwaardelijke en niet herroepelijke toestemming aan Gebruiker en door Gebruiker aan te wijzen derden om al die plaatsen te betreden waar de eigendommen van Gebruiker zich bevinden en deze terug te nemen.

artikel 8 Garanties, onderzoek en reclames, verjaaringstermijn

1. De door Gebruiker te leveren zaken voldoen aan de gebruikelijke eisen en normen die daaraan op het moment van levering redelijkerwijs gesteld kunnen worden en waarvoor zij bij normaal gebruik in Nederland zijn bestemd. De in dit artikel genoemde garantie is van toepassing op zaken die bestemd zijn voor het gebruik binnen Nederland. Bij gebruik buiten Nederland dient de Opdrachtgever zelf te verifiëren of het gebruik daarvan geschikt is voor het gebruik aldaar en voldoen aan de voorwaarden die daaraan gesteld worden. Gebruiker kan in dat geval andere garantie- en andere voorwaarden stellen ter zake van de te leveren zaken of uit te voeren werkzaamheden.
2. De in lid 1 van dit artikel genoemde garantie geldt voor een periode van na levering, tenzij uit de aard van het geleverde anders voortvloeit of partijen anders zijn overeengekomen. Indien de door Gebruiker verstrekte garantie een zaak betreft die door een derde werd geproduceerd, dan is de garantie beperkt tot die, die door de producent van de zaak ervoor wordt verstrekt, tenzij anders wordt vermeld.
3. Iedere vorm van garantie komt te vervallen indien een gebrek is ontstaan als gevolg van of voortvloeit uit onoordeelkundig of oneigenlijk gebruik daarvan of gebruik na de houdbaarheidsdatum, onjuiste opslag of onderhoud daaraan door de Opdrachtgever en / of door derden wanneer, zonder schriftelijke toestemming van Gebruiker, de Opdrachtgever of derden aan de zaak wijzigingen hebben aangebracht danwel hebben getracht aan te brengen, daaraan andere zaken werden bevestigd die daaraan niet bevestigd dienen te worden of indien deze werden ver- of bewerkt op een andere dan de voorgeschreven wijze. De Opdrachtgever komt evenmin aanspraak op garantie toe indien het gebrek is ontstaan door of het gevolg is van omstandigheden waar Gebruiker geen invloed op kan uitoefenen, daaronder begrepen weersomstandigheden (zoals bijvoorbeeld doch niet uitsluitend, extreme regenval of temperaturen) et cetera.
4. De Opdrachtgever is gehouden het geleverde te (doen) onderzoeken, onmiddellijk op het moment dat de zaken hem ter beschikking worden gesteld respectievelijk de desbetreffende werkzaamheden zijn uitgevoerd. Daarbij behoort de Opdrachtgever te onderzoeken of kwaliteit en/of kwantiteit van het geleverde overeenstemt met hetgeen is overeengekomen en voldoet aan de eisen die partijen dienaangaande zijn overeengekomen. Eventuele zichtbare gebreken dienen binnen zeven dagen na levering schriftelijk aan Gebruiker te worden gemeld. Eventuele niet zichtbare gebreken dienen terstond, doch in ieder geval uiterlijk binnen veertien dagen, na ontdekking daarvan, schriftelijk aan Gebruiker te worden gemeld. De melding dient een zo gedetailleerd mogelijke omschrijving van het gebrek te bevatten, zodat Gebruiker in staat is adequaat te reageren. De Opdrachtgever dient Gebruiker in de gelegenheid te stellen een klacht te (doen) onderzoeken.
5. Indien de Opdrachtgever tijdig reclameert, schort dit zijn betalingsverplichting niet op. De Opdrachtgever blijft in dat geval ook gehouden tot afname en betaling van de overigens bestelde zaken en hetgeen waartoe hij Gebruiker opdracht gegeven heeft.

6. Indien van een gebrek later melding wordt gemaakt, dan komt de Opdrachtgever geen recht meer toe op herstel, vervanging of schadeloosstelling.
7. Indien vaststaat dat een zaak gebrekkig is en dienaangaande tijdig is gereclameerd, dan zal Gebruiker de gebrekkige zaak binnen redelijke termijn na retourontvangst daarvan danwel, indien retournering redelijkerwijze niet mogelijk is, schriftelijke kennisgeving ter zake van het gebrek door de Opdrachtgever, ter keuze van Gebruiker, vervangen of zorgdragen voor herstel daarvan danwel vervangende vergoeding daarvoor aan de Opdrachtgever voldoen. In geval van vervanging is de Opdrachtgever gehouden om de vervangen zaak aan Gebruiker te retourneren en de eigendom daarover aan Gebruiker te verschaffen, tenzij Gebruiker anders aangeeft.
8. Indien komt vast te staan dat een klacht ongegrond is, dan komen de kosten daardoor ontstaan, daaronder begrepen de onderzoekskosten, aan de zijde van Gebruiker daardoor gevallen, integraal voor rekening van de Opdrachtgever.
9. Na verloop van de garantietermijn zullen alle kosten voor herstel of vervanging, inclusief administratie-, verzend- en voorrijdkosten, aan de Opdrachtgever in rekening gebracht worden.
10. In afwijking van de wettelijke verjaringstermijnen, bedraagt de verjaringstermijn van alle vorderingen en verweren jegens Gebruiker en de door Gebruiker bij de uitvoering van een overeenkomst betrokken derden, één jaar.

artikel 9 Aansprakelijkheid

1. Indien Gebruiker aansprakelijk mocht zijn, dan is deze aansprakelijkheid beperkt tot hetgeen in deze bepaling is geregeld.
2. Gebruiker is niet aansprakelijk voor schade, van welke aard ook, ontstaan doordat Gebruiker is uitgegaan van door of namens de Opdrachtgever verstrekte onjuiste en / of onvolledige gegevens.
3. Indien Gebruiker aansprakelijk mocht zijn voor enigerlei schade, dan is de aansprakelijkheid van Gebruiker beperkt tot maximaal tweemaal de factuurwaarde van de order, althans tot dat gedeelte van de order waarop de aansprakelijkheid betrekking heeft.
4. De aansprakelijkheid van Gebruiker is in ieder geval steeds beperkt tot het bedrag der uitkering van zijn verzekeraar in voorkomend geval.
5. Gebruiker is uitsluitend aansprakelijk voor directe schade.
6. Onder directe schade wordt uitsluitend verstaan de redelijke kosten ter vaststelling van de oorzaak en de omvang van de schade, voor zover de vaststelling betrekking heeft op schade in de zin van deze voorwaarden, de eventuele redelijke kosten gemaakt om de gebrekkige prestatie van Gebruiker aan de overeenkomst te laten beantwoorden, voor zoveel deze aan Gebruiker toegerekend kunnen worden en redelijke kosten, gemaakt ter voorkoming of beperking van schade, voor zover de Opdrachtgever aantoont dat deze kosten hebben geleid tot beperking van directe schade als bedoeld in deze algemene voorwaarden. Gebruiker is nimmer aansprakelijk voor indirecte schade, daaronder begrepen gevolgschade, gederfde winst, gemiste besparingen en schade door bedrijfsstagnatie.
7. De in dit artikel opgenomen beperkingen van de aansprakelijkheid gelden niet indien de schade te wijten is aan opzet of grove schuld van Gebruiker of zijn leidinggevende ondergeschikten.

artikel 10 Vrijwaring

1. De Opdrachtgever vrijwaart Gebruiker voor eventuele aanspraken van derden, die in verband met de uitvoering van de overeenkomst schade lijden en waarvan de oorzaak aan andere dan aan Gebruiker toerekenbaar is. Indien Gebruiker uit dien hoofde door derden mocht worden aangesproken, dan is de Opdrachtgever gehouden Gebruiker zowel buiten als in rechte bij te staan en onverwijld al hetgeen te doen dat van hem in dat geval verwacht mag worden. Mocht de Opdrachtgever in gebreke blijven in het nemen van adequate maatregelen, dan is Gebruiker, zonder ingebrekestelling, gerechtigd zelf daartoe over te gaan. Alle kosten en schade aan de zijde van Gebruiker en derden daardoor ontstaan, komen integraal voor rekening en risico van de Opdrachtgever.

Artikel 11 Intellectuele eigendom

1. Gebruiker behoudt zich de rechten en bevoegdheden voor die hem toekomen op grond van de Auteurswet en andere intellectuele wet- en regelgeving. Gebruiker heeft het recht de door de uitvoering van een overeenkomst aan zijn zijde toegenomen kennis ook voor andere doeleinden te gebruiken, voorzover hierbij geen strikt vertrouwelijke informatie van de Opdrachtgever ter kennis van derden wordt gebracht.

artikel 12 Toepasselijk recht en geschillen

1. Op alle rechtsbetrekkingen waarbij Gebruiker partij is, is uitsluitend het Nederlands recht van toepassing, ook indien aan een verbintenis geheel of gedeeltelijk in het buitenland uitvoering wordt gegeven of indien de bij de rechtsbetrekking betrokken partij aldaar woonplaats heeft. De toepasselijkheid van het Weens Koopverdrag wordt uitgesloten.
2. De rechter in de vestigingsplaats van Gebruiker is bij uitsluiting bevoegd van geschillen kennis te nemen, tenzij de wet dwingend anders voorschrijft. Niettemin heeft Gebruiker het recht het geschil voor te leggen aan de volgens de wet bevoegde rechter.
3. Partijen zullen eerst een beroep op de rechter doen nadat zij zich tot het uiterste hebben ingespannen een geschil in onderling overleg te beslechten.

artikel 13 Vindplaats en wijziging voorwaarden

1. Deze voorwaarden zijn gedeponeerd bij de Kamer van Koophandel
2. Van toepassing is steeds de laatste gedeponeerde versie c.q. de versie zoals die gold ten tijde van het totstandkomen van de rechtsbetrekking met Gebruiker.
3. De Nederlandse tekst van de algemene voorwaarden is steeds bepalend voor de uitleg daarvan.

Bijlagen 3 Persoonlijke gegevens

Naam	Mats van Elderen
Geslacht	Man
Adres	Ina Dammanstraat 8
Postcode	4906 JD
Woonplaats	Oosterhout
Telefoonnummer	0162-451058
E-mailadres	matsvanelderen@hotmail.com
Mobiel nummer	06-25319290
Geboortedatum	22 december 1991
Nationaliteit	Nederlandse
Burgerlijke staat	Ongehuwd
Opleiding(en)	Basisonderwijs (8jaar) HAVO (diploma) HBO bouwtechnische bedrijfskunde (4 ^e jaar)
Werkervaring	Zie cv
Naam	V. (Vera) van de Guchte
Geslacht	Vrouw
Adres	Lekstraat 211b
Postcode	2515 BE
Woonplaats	Den Haag
Telefoonnummer	Nvt
E-mailadres	veravandeguchte@gmail.com
Mobiel nummer	06-20422144
Geboortedatum	10-10-1989
Nationaliteit	Nederlandse
Burgerlijke staat	Ongehuwd
Opleiding(en)	Basisonderwijs HAVO (diploma) HBO Intituut gebouwde omgeving (4 ^e jaar)
Werkervaring	Zie cv
Naam	B.A.J. (Björn) de Bruijn
Geslacht	Man
Adres	Patrijsstraat 18
Postcode	4921 VZ
Woonplaats	Made
Telefoonnummer	0162-683604
E-mailadres	Bjorn_debruijn@hotmail.com
Mobiel nummer	06-50655982
Geboortedatum	16-08-1993
Nationaliteit	Nederlandse
Burgerlijke staat	Ongehuwd
Opleiding(en)	Basisonderwijs (8jaar) HAVO (diploma) HBO bouwtechnische bedrijfskunde (4 ^e jaar)
Werkervaring	Zie cv

Bijlagen 4 Toelichting resultaten persoonlijkheidstest

1. De bestuurder, de manager

Hij maakt de bedoelingen van de organisatie duidelijk via het stellen van doelen. Hij is besluitvaardig, selecteert mogelijkheden, bakent rollen en taken af en formuleert beleid. Hij beoordeelt de prestaties en geeft instructies.

2. De producent

Hij is taak en werkgericht. Hij is een toonbeeld van motivatie, heeft energie en is gedreven. Hij moedigt zijn personeel aan om verantwoordelijkheid te dragen en hoge productiviteit te realiseren. Zorgt voor de realisatie van de doelen.

3. De innovator

Hij zorgt voor veranderingen en aanpassingen. Hij bedenkt ze en brengt ze onder in projecten. De innovator is een creatief mens die daarvoor ook de ruimte neemt. Hij kijkt in de toekomst en kan de voorstellen ook pakkend presenteren.

4. De bemiddelaar, de marktman

De bemiddelaar, marktman richt zich op het onderhouden van de relaties met de buitenwereld, de markten zowel verkoop als inkoop. Hij is politiek bekwaam met gevoel voor relaties en belangen. Zorgt voor een verzorgd imago en onderhoudt dat ook. Vertegenwoordigt het bedrijf, kan onderhandelen en belangen onderkennen.

5. De stimulator, de teamleider

De stimulator zorgt voor het collectief, de eensgezindheid, de teamgeest en behandelt de persoonlijke conflicten. Moet tussen de verschillende persoonlijke en bedrijfsbelangen kunnen handelen.

6. De mentor, de coach

Ontwikkeling van mensen is zijn vak. Kan zich inleven en goed en diepgaand met anderen communiceren. Kan analyseren, motiveren en ontwikkelingspaden voor mensen opstellen. Helpt bij individuele ontwikkeling.

7. De coördinator

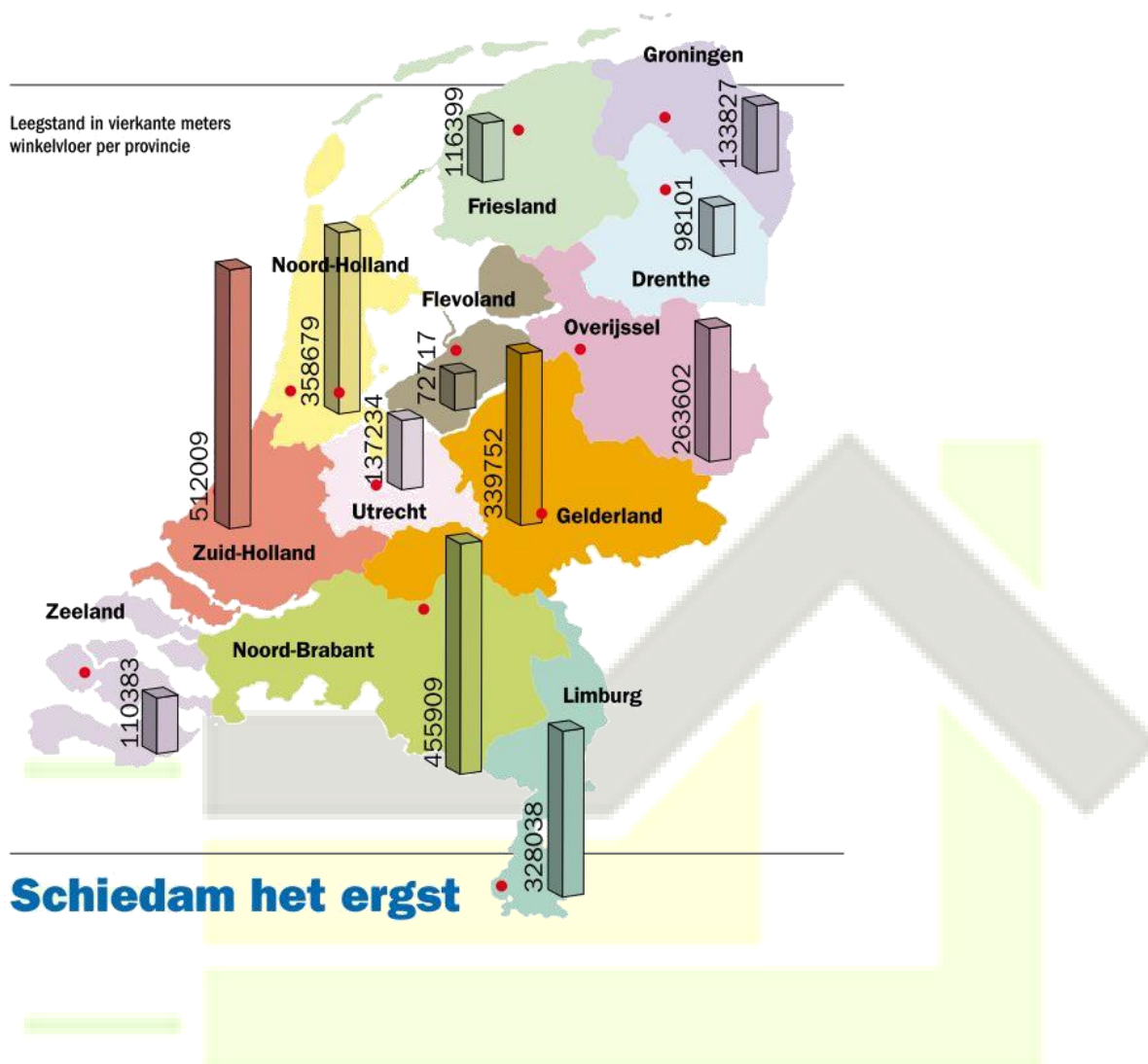
Houdt de structuur van het bedrijf in de gaten en de afstemming van de verschillende disciplines. Zorgt voor logistiek en continuïteit. Betrouwbare interpretator van de voortgang. Budgetopsteller en bewaker.

8. De controleur

Hij weet wat er gaande is, heeft informatie en verzorgt de informatie. Hij is goed in details en doelstellingen. Hij kan analyseren en interpreteren. Zorgt voor rationele analyse en logische oplossingen voor problemen.

Bijlagen 5 Leegstand in Nederland

Hieronder is te zien dat leegstand in ons werkgebied erg hoog is.



Bijlage 6 Onderbouwing financiële keuzes

Hieronder treft u een aantal berekeningen en overzichten en bronnen van kosten welke wij hebben gebruikt bij het financiële plan.

Apparatuur/installaties/automatisering in investeringsbegroting

onderdeel	aantal	p/e	totaalprijs
Desktop Aspire All-in-one	14	€ 1.100,00	€ 15.400,00
interactief white board	1	€ 620,00	€ 620,00
Kleuren Laserjet all-in-one	1	€ 3.800,00	€ 3.800,00
business inkjet all-in-one	3	€ 180,00	€ 540,00
Rexel papiervernietiger	1	€ 365,00	€ 365,00
			€ 20.725,00

bron: www.staples.nl

Personeel

vast personeel			
Functie:	kosten/3maanden	aantal personen	totale kosten/3maanden
Initiatief, Realisatie, Gebruik en R&D, Financiën	€ 15.000,00	5	€ 75.000,00
Vennoot	€ 20.000,00	3	€ 60.000,00
	TOTALE KOSTEN/3MAANDEN		€ 135.000,00
tijdelijk personeel	kosten/3maanden	aantal personen	totale kosten/3maanden
ICT	€ 12.247,00	0,2	€ 2.449,40

bron: www.intermediair.nl

Huisvestigingskosten

huisvestigingskosten			
	p.p.p.m.	aantal personen	
Huur werkplekken	€ 350,00	8	€ 2.800,00
Huur vergaderenzaal (2x p.w.p.u. = 50,-)	€ 400,00	1	€ 400,00
Energie en water	n.v.t.		
Onderhoud en schoonmaak	n.v.t.		
Voorziening groot onderhoud	n.v.t.		
Overige huisvestigingskosten	n.v.t.		

bron: <http://www.pageshuis.nl/werkplekken.html>

Brandstofkosten

kilometervergoeding (19 c/km)	aantal km/dag	kosten/week	kosten/jaar
Vera van der Guchte	0	€	€
Mats van Elderen	170	€ 161,50	€ 8.398,00
Björn de Bruijn	150	€ 142,50	€ 7.410,00
			€ 15.808,00
Overige personeelsleden komen uit den Haag			

Telefoon + abonnementskosten

telefoon + abonnementskosten	kosten/maand	aantal personen	totale kosten/jaar
Abonnement Overal van KPN	€ 64,00	8	€ 6.144,00
internet, mobiel bellen, office, cloud			

Afschrijvingen computerapparatuur

afschrijving computerapparatuur	25% per jaar
---------------------------------	--------------

Verzekeringen

aansprakelijkheidsverzekering	3,29 maand/werknemer	26,32 p.j.
Bron: https://www.ohra.nl/aansprakelijkheidsverzekering/berekenen.jsp#dekkingBepalenPanel		

Promotiekosten

promotiekosten		
Website oprichten	€ 1.200,00	st
Website onderhouden	€ 30,00	per jaar
Website highliten	€ 10,00	per 3 maanden
Adverteren op gratis websites	gratis	
Folders (2000 st)	€ 83,00	per jaar
Visitekaartjes (500 st x 8 man)	€ 400,00	per jaar
Netwerkborrels Pageshuis	gratis	
Bitterbalborrels gemeente Den Haag	gratis	
Reclamebord -> DINA2	€ 41,00	st
Rollup systeem Basic	€ 70,00	st
Social media	gratis	
Bouwwedstrijd	€ 2.000,00	st
Publiciteit vanuit ontwerpwedstrijd	gratis	
Klant tevredenheidsonderzoek	gratis	
Referenties	gratis	
R&D presentatie bedrijvendag	€ 175,00	per jaar
Advertering in Cobouw (1x 1/8e pagina)	€ 544,00	per jaar
bron:		
http://www.onlineprinters.nl/Folded-Flyers,-A4-Half-%28portrait%29.htm?websale8=diedruckerei.06-aa&pi=PFYH444&ci=001817 http://www.onlineprinters.nl/Save-a-lot-business-cards.htm?websale8=diedruckerei.06-		

aa&pi=PSVV844&ci=001847

- <http://www.onlineprinters.nl/Advertising-sign,-DIN-A2.htm?websale8=diedruckerei.06-aa&pi=DWSA240&ci=001968>
- <http://www.onlineprinters.nl/Rollup-System-Economy.htm?websale8=diedruckerei.06-aa&pi=LRE0940&ci=001961>
- <http://www.debedrijvendag.nl/>
- http://media.bimmedia.nl/pdf/NSTD2013/CobouwProd.pdf?_ga=1.31479550.1117086155.1390779881

