

I03

Gids voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Inhoud

Proloog.....	9
P.1 Algemene inleiding Gids voor jonge ondernemers met een migratieachtergrond	9
P.2 Waarom hebben we een Ondernemerschap Gids voor jonge migranten nodig?	9
P.3 Hoe wordt dit aangeleverd?	10
P.4 Introductie van het YME-partnerschap en de partnerorganisaties.....	11
Hoofdstuk 1. Een Ondernemersdroom	14
1.1. Films over het beste Ondernemerschap (en hun trailers)	14
1.2. De 5 meest inspirerende YouTube-video kanalen voor ondernemers!.....	17
1.3. Meer YouTube-opties voor ondernemerschap, innovatie en inspiratie.....	18
1.4. De 6 beste ondernemingsgerichte podcasts?	25
Hoofdstuk 2. Een Ondernemers Assessment.....	27
2.1. Ondernemerschap definiëren	27
2.2. Ondernemers Self-Assessment	27
2.3. Eerlijkheid is erg belangrijk bij Self-Assessment	28
2.4. Heb je jezelf ooit als ondernemend beschouwd?	28
Hoofdstuk 3. Van dromen naar ideeën tot Onderneming.....	29
3.1. Het belang van een idee.....	30
3.2. Het begint allemaal met het 'Merk Ik' (Brand 'I')	30
3.3. Zelfevaluatie	30
3.4. Hoe ontstaan de beste ideeën?.....	31
3.5. Ideeën en uw doelgroep	31
3.6. Marktonderzoek.....	32
3.7. Willen de klanten het?	33
3.8. Meer suggesties	33
3.9. Maak het officieel	34
3.10. Schrijf je bedrijfsplan.....	35
Hoofdstuk 4. Hoe zet je een bedrijf op!	36
4.1. Het Bedrijfsmodel	36
4.2.1. Stap 1: Doelgroep.....	38
4.2.2. Stap 2: Wat is de waarde van je propositie?	38
4.2.3. Stap 3: Waar verdien je geld aan?.....	39
4.2.4. Stap 4: Verandering in de behoeften.	39

4.2.5. Stap 5: Netwerk - Hoe bereik ik het doel?	40
4.2.6. Stap 6: Kern van het bedrijf - Wat doe je?	40
4.2.7. Stap 7: Middelen.....	40
4.2.8. Stap 8: Partners.....	40
4.2.9. Stap 9: Kosten	40
4.3. Lean Startup	41
4.3.1. Ontwerpen van het bedrijfsmodel (in Lean Startup)	42
4.3.2. Ontwikkeling van het consumentensegment	46
4.3.3. Bewaken van de opstartprocessen.....	48
4.3.4. Voorbeelden van toepassing van de 'Lean Startup' methode.....	50
Hoofdstuk 5. Ondernemerswetten, regels, voorschriften en belastingen	52
5.1. Stapsgewijs	52
5.1.1. Stap 1: Kies een rechtsvorm	52
5.1.2. Stap 2: Registreer je bedrijf officieel	52
5.1.3. Stap 3: Fiscale regelgeving en boekhouding (btw-identificatienummer en btw-nummer)	52
5.1.4. Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan	53
5.1.5. Stap 5: Een zakelijke rekening openen (leningen en subsidies)	53
5.1.6. Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen (bijv. Bouwvergunning, etc.).....	53
5.1.7. Stap 7: Privacy / bescherming van persoonlijke gegevens en het maken van een zakelijke website	54
5.1.8. Stap 8: Verzekering	54
5.1.9. Stap 9: Human Resources Management.....	54
5.1.10. Stap 10: Patenten en Brands	54
5.2. Stapsgewijs Verenigd Koninkrijk.....	55
5.2.1. Stap 1: Kies een rechtsvorm.....	55
5.2.2. Stap 2: Registreer je bedrijf officieel bij de Kamer van Koophandel	62
5.2.3. Stap 3: Fiscale regelgeving en boekhouding	67
5.2.4. Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan	73
5.2.5. Stap 5: Openen van een Zakelijke Rekening	74
5.2.6. Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen (bijv. Bouwvergunning, enz.).....	76
5.2.7. Stap 7: Privacy / Bescherming van persoonlijke gegevens (een zakelijke website maken)	76
5.2.8. Stap 8: Verzekering.....	77

5.2.9. Stap 9: Human Resources Management.....	80
5.2.10. Stap 10 Patenten en Brands.....	80
5.3. Stapsgevijs Nederland	81
5.3.1. Stap 1: Kies rechtsvorm.....	82
5.3.2. Stap 2: Schrijf je bedrijf officieel in bij de Kamer van Koophandel.....	84
5.3.3. Stap 3: Fiscale regelgeving en boekhouding.....	84
5.3.4. Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan	85
5.3.5. Stap 5: Een zakelijke rekening openen.....	86
5.3.6. Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen	86
5.3.7. Stap 7: Privacy / bescherming van persoonlijke gegevens (een zakelijke website maken).....	89
5.3.8. Stap 8 Verzekering.....	91
5.3.9. Stap 9: Human Resources Management.....	91
5.3.10 Stap 10: Patenten en Brands.....	94
5.4. Stapsgevijs Italië	95
5.4.1. Stap 1: Kies een rechtsvorm.....	95
5.4.2. Stap 2: Schrijf je bedrijf officieel in bij de Kamer van Koophandel.....	96
5.4.3. Stap 3: Fiscale regelgeving en boekhouding.....	96
5.4.4. Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan	97
5.4.5. Stap 5: Een zakelijke rekening openen.....	97
5.4.6. Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen	100
5.4.7. Stap 7: Privacy / bescherming van persoonlijke gegevens (een zakelijke website maken)....	101
5.4.8. Stap 8: Verzekering.....	101
5.4.9. Stap 9: Human Resources Management.....	102
5.4.10. Stap 10: Patenten and Brands.....	102
5.5. Stapsgevijs Roemenië	112
5.5.1. Step 1: Kies rechtsvorm.....	113
5.5.2. Stap 2: Schrijf je bedrijf officieel in bij de Kamer van Koophandel	115
5.5.3. Stap 3: Fiscale regelgeving en boekhouding.....	116
5.5.4. Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan	117
5.5.5. Stap 5: Een zakelijke rekening openen.....	117
5.5.6. Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen.....	117
5.5.7. Stap 7: Privacy / bescherming van persoonlijke gegevens (een zakelijke website maken)....	118
5.5.8. Stap 8: Verzekering.....	118
5.5.9. Stap 9: Human Resources Management.....	118

5.5.10. Stap 10: Patenten and Brands.....	119
5.6. Stapsgewijs Turkije.....	120
5.6.1. Stap 1: Kies rechtsvorm	122
5.6.2. Stap 2: Schrijf je bedrijf officieel in bij de Kamer van Koophandel	122
5.6.3. Stap 3: Fiscale regelgeving en boekhouding	123
5.6.4. Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan	126
5.6.5. Stap 5: Een zakelijke rekening openen.....	126
5.6.6. Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen	128
5.6.7. Stap 7: Privacy / bescherming van persoonlijke gegevens (een zakelijke website maken)	129
5.6.8. Stap 8: Verzekering	131
5.6.9. Stap 9: Human Resources Management.....	133
5.6.10. Stap 10: Patenten en Merkrecht.....	134
Hoofdstuk 6. Tips en Trucs	137
6.1. Tien tips en trucs voor jonge ondernemers.....	138
6.1.1. Daag jezelf uit.....	138
6.1.2. Blijf trouw aan jezelf.....	138
6.1.3. Neem risico's.....	138
6.1.4. Heb een visie van wat je wilt.....	138
6.1.5. Vind de juiste mensen.....	138
6.1.6. Onderneem actie	138
6.1.7. Wees volhardend	139
6.1.8. Doe onderzoek.....	139
6.1.9. Besteed je geld verstandig	139
6.1.10. Luister naar je klanten.....	139
6.2. Succesvolle jonge ondernemers met een migratie achtergrond.....	139
6.3. Tien tips en tricks, hoe word je een ondernemer?	141
6.3.1. Je bedrijfsidee moet worden gevoed door passie	141
6.3.2. Je bedrijfsidee moet een oplossing zijn	141
6.3.3. Je moet jouw doelmarkt identificeren en begrijpen.....	142
6.3.4. Je moet een goed gestructureerd bedrijfsplan opstellen	142
6.3.5. Je moet de wettelijke vereisten kennen voor het starten van een bedrijf.....	143
6.3.6. Je moet zorgen voor financiering van jouw bedrijfsidee	143
6.3.7. Je moet klein beginnen en er aan werken om jouw bedrijf te laten groeien.....	144
6.3.8. Je moet pauzes nemen	144

6.3.9. <i>Je moet risico's nemen</i>	145
6.3.10. <i>Je moet van je fouten leren</i>	145
6.4. Tips en Tricks voor bedrijfsplanning	146
6.4.1. <i>Stem je bedrijfsplan af op je publiek</i>	146
6.4.2. <i>Onderzoek je markt grondig</i>	146
6.4.3. <i>Identificeer je concurrenten</i>	146
6.4.4. <i>Besteed aandacht aan details</i>	146
6.4.5. <i>Focus op de kans die jouw start-up investeerders biedt</i>	146
6.4.6. <i>Laat belangrijke feiten niet weg</i>	147
6.4.7. <i>Zorg voor een juiste financiële informatie</i>	147
6.4.8. <i>Maak je samenvatting van het bedrijfsplan overtuigend</i>	147
6.4.9. <i>Ga op zoek naar een second opinion van een bedrijfscoach</i>	147
6.4.10. <i>Voer je bedrijfsplan correct uit</i>	147
6.5. Succes Factoren	147
6.6. Tien tips en Tricks om succesvol te zijn als ondernemer	148
6.6.1. <i>Maak een solide bedrijfsplanning</i>	148
6.6.2. <i>Bereid je voor op financiële uitdagingen</i>	148
6.6.3. <i>Wees voorzichtig - onthoud dat je een bedrijf start</i>	148
6.6.4. <i>Vraag om hulp!</i>	148
6.6.5. <i>Vertrouw op een betrouwbare adviseur</i>	149
6.6.6. <i>Marketing met een klein budget</i>	149
6.6.7. <i>Zelfmanagement nummer één</i>	149
6.6.8. <i>Bouw een team dat je visie deelt</i>	149
6.6.9. <i>Levenslang Leren</i>	150
6.6.10. <i>Bescherm je onderneming</i>	150
Hoofdstuk 7. F.A.I.L. (FIRST ATTEMPT IN LEARNING) (EERSTE POGING OM TE LEREN)	151
7.1. Top 10 van Falen (F.A.I.L)	151
7.1.1. <i>Het niet stellen van een doel</i>	151
7.1.2. <i>Uiteindelijk is enthousiasme niet genoeg om te slagen</i>	151
7.1.3. <i>Onvermogen om te leren</i>	151
7.1.4. <i>Weinig geld /slecht budgetbeheer</i>	151
7.1.5. <i>Falen in adverteren /het merk van het product (branding)</i>	151
7.1.6. <i>De concurrentie onderschatten</i>	152
7.1.7. <i>Om de verkeerde redenen beginnen</i>	152

7.1.8. Slecht Management.....	152
7.1.9. Geen bedrijfsplan / slechte planning.....	152
7.1.10. Jezelf omringen met de verkeerde mensen.....	152
7.2. Meer Falen (F.A.I.L.).....	152
7.2.1. Falen in de voorbereiding	152
7.2.2. Falen bij het opstarten	153
7.2.3. Falen bij branding (merk cultiveren).	153
7.2.4. Falen veroorzaakt door een gebrek aan specifieke kennis van zaken	153
7.2.5. Falen veroorzaakt door de overschatting van de marktbehoefte	153
7.2.6. Falen veroorzaakt door de onderschatting van de concurrenten.....	153
7.2.7. Falen veroorzaakt door slechte kennis van de doelgroep, resulterend in slechte marketing	153
7.2.8. Falen veroorzaakt door een gebrek aan passie en toewijding in het oprichtende team	153
Hoofdstuk 8. Leren Netwerken.....	154
8.1. Wat is de beste manier om te netwerken?	154
8.2. Tien Netwerk 'Tips en Tricks'	154
8.2.1. Laat een goede indruk achter	154
8.2.2. Blink uit! Maar voor de juiste dingen	154
8.2.3. Doe je huiswerk	154
8.2.4. Start de conversatie	154
8.2.5. Onthoud enkele gespreksopeners die niet te intens zijn!	154
8.2.6. Maak bij het beschrijven van je werk een leuke of andere uitleg dan wat je doet - en wees trots.....	154
8.2.7. Sluit jezelf niet op in het kantoor.....	155
8.2.8. Zet een foto op je visitekaartje.....	155
8.2.9. Wees niet te direct.....	155
8.2.10. Probeer te bedenken waar de andere persoon in geïnteresseerd is.	155
8.3. Tien 'Tips en Tricks' om te Netwerken	155
8.3.1. Neem de leiding	155
8.3.2. Gebruik Sociale Media.....	155
8.3.3. Kleet je professioneel	155
8.3.4. Luister naar anderen	155
8.3.5. Maak oogcontact.....	155
8.3.6. Kom met een doel!	156
8.3.7. Neem de eerste stap!	156
8.3.8. WEES NIET NEGATIEF!	156

8.3.9. Praat met mensen die je niet kent	156
8.3.10. Accepteer/Incasseer een afwijzing	156
8.4. Meer Tips en Tricks over Netwerken	157
8.4.1. Ontmoet mensen via andere mensen	157
8.4.2. Maak gebruik van Sociale Media	157
8.4.3. Vraag niet om werk	157
8.4.4. Gebruik je CV als een hulpmiddel voor advies	157
8.4.5. Neem niet te veel tijd in beslag	157
8.4.6. Laat de ander spreken	158
8.4.7. Presenteer een succesverhaal	158
8.4.8. Vraag om suggesties over hoe je jouw Netwerk kunt uitbreiden	158
8.4.9. Zoek een reden voor opvolging	158
8.4.10. Vergeet nooit om te bedanken	158
Hoofdstuk 9. Marketing en Communication	159
9.1. Wat Is Marketing?	159
9.2: Tien Tips om met jou te delen	159
9.2.1. Ken je klant!	159
9.2.2. Vraag jezelf af waarvoor je een strategie bedenkt	159
9.2.3. Bestudeer je concurrentie en kopieer	159
9.2.4. Stel een specifiek doel	159
9.2.5. Teamwork	160
9.2.6. Plan	160
9.2.7. Zorg voor een landingspagina	160
9.2.8. Communiceer wat je doet	160
9.2.9. Zet in op een mediastrategie	160
9.2.10. Meet de resultaten	161
9.3. Nog zes Marketing 'Tips en Tricks'	161
9.3.1. De koning van Marketing Tips: blijf op de hoogte van de trends!	161
9.3.2. Omarm betaalde Sociale Media	161
9.3.3. Zorg voor Ambassadeurs voor je Merk	161
9.3.4. Geef prioriteit aan authenticiteit	161
9.3.5. Ontwerp een herkenbare boodschap	162
9.3.6. Bouw partnerschappen op	162
9.4. Zes Marketing Tips en Tricks	162

9.4.1. <i>Ontwerp een gedenkwaardig LOGO</i>	162
9.4.2. <i>Acties ter verbetering van de klantgetrouwheid</i>	162
9.4.3. <i>Probeer origineel onderzoek te doen</i>	162
9.4.4. <i>Investeer in Sociale Media</i>	163
9.4.5. <i>Film enkele advertenties</i>	163
9.4.6. <i>Digitaliseer UP!</i>	163
9.5. <i>Wat Is Communicatie O3yme</i>	163
9.6. <i>Zes Communicatie Tips</i>	163
9.6.1. <i>Train je luistervaardigheden (en ook je aandachtvaardigheden)</i>	163
9.6.2. <i>Werk samen, dicteer niet</i>	164
9.6.3. <i>Besteed aandacht aan hoe je jouw vrije tijd doorbrengt</i>	164
9.6.4. <i>Investeer in de juiste communicatie- en samenwerkingstools</i>	164
9.6.5. <i>Wacht niet te lang om gevoelige kwesties aan de orde te stellen</i>	164
9.6.6. <i>Leer je geheugen te gebruiken</i>	164

Proloog

P.1 Algemene inleiding Gids voor jonge ondernemers met een migratieachtergrond

Ondernemerschap onder migranten moet worden gezien als een nieuwe arena voor sociale, economische en politieke actie. Veel regeringen proberen daarom ondernemerschap actief te stimuleren via verschillende vormen van ondersteuning. Maar het is niet aan de regeringen ... het is aan jou!

Het Young Migrant Entrepreneurs (YME) -project heeft een gids voor jonge ondernemers uitgebracht. Binnen de EU vormen jonge migranten een belangrijke groep van potentiële ondernemers, maar ze kunnen, net als andere kwetsbaardere groepen, met specifieke juridische, culturele en taalkundige obstakels worden geconfronteerd. We hebben deze kwesties zo volledig mogelijk aangepakt om de jonge ondernemer te ondersteunen waar en wanneer we maar kunnen.

Gelukkig zijn er in de EU heel wat initiatieven die jonge ondernemers met een migratie achtergrond ondersteunen, maar wij geloven dat deze YME-gids een meerwaarde is met al zijn tips en trucs.

Zelfstandig leren kan een uitdaging zijn, zelfs voor de slimste en meest gemotiveerde jonge ondernemer. We hebben deze YME-gids opgebouwd rond de vier belangrijkste fasen van onafhankelijk leren, ook wel zelfgestuurd leren genoemd:

- * Ben je klaar en gemotiveerd om te leren en hard te werken om ondernemer te worden?
- * Ondernemersdoelen stellen
- * Betrokken zijn bij het ondernemersproces; en
- * Ondernemend leren evalueren.

P.2 Waarom hebben we een Ondernemerschap Gids voor jonge migranten nodig?

Een Ondernemerschap Gids voor jonge migranten is nodig, omdat:

- Het beschikbaar is wanneer ze het nodig hebben;
- Het een referentiebasis is voor alle leersessies over ondernemerschap;
- Het systematiseert de vaardigheden en kennis over ondernemerschap aangepast aan het beschouwde onderwijssegment;
- Het mogelijk maakt ervaringen tussen projectpartners te vergelijken.

P.3 Hoe wordt dit aangeleverd?

De Ondernemerschap Gids wordt geleverd als gedrukte brochure, als downloadbaar bestand en als mobiele applicatie.

De volgende hoofdstukken zijn opgenomen in de Ondernemerschap Gids voor jonge migranten:

*[Proloog](#)

Een introductie.

*[Hoofdstuk 1 - Een Ondernemersdroom](#)

Een hoofdstuk voor inspiratie en zelfmotivatie.

*[Hoofdstuk 2 - Een Ondernemers-Assessment](#)

Ben jij een ondernemer? Welke vaardigheden heb je nodig om een goede ondernemer te zijn? Een behoefteanalyse.

*[Hoofdstuk 3 - Van dromen naar ideeën tot bedrijf](#)

Hoe je dromen in ideeën en ideeën in dromen kunt veranderen.

*[Hoofdstuk 4 - Hoe zet ik een bedrijf op](#)

Dromen en ideeën kunnen alleen worden gerealiseerd door middel van een bedrijfsplan.

*[Hoofdstuk 5 – Ondernemers wetten, regels, voorschriften en belastingen](#)

De wetten, regels, voorschriften en belastingen uitgelegd voor een jonge ondernemer in elk YME-land: Turkije, Nederland, Verenigd Koninkrijk, Roemenië en Italië.

*[Hoofdstuk 6 – Tips en Trucs](#)

Tips en Trucs(door middel van animatie) voor jonge ondernemers.

*[Hoofdstuk 7 - F.A.I.L. \(FIRST ATTEMPT IN LEARNING – EERSTE POGING TOT LEREN\)](#)

Je zou mislukking moeten zien als een kans om te leren en te groeien.

*[Hoofdstuk 8 - Leren netwerken](#)

Als je leert netwerken, leer je ook je persoonlijke leven en zaken te verbeteren.

*[Hoofdstuk 9 - Marketing en communicatie](#)

Bewustwording, communicatie en marketing zijn essentieel voor elk succesvol bedrijf.

P.4 Introductie van het YME-partnerschap en de partnerorganisaties

Het project Young Migrant Entrepreneurs (YME) is gericht op het leveren van ondersteuning voor het opbouwen van ondernemersvaardigheden aan jonge migranten in de partnerlanden. De partnerlanden zijn Turkije, Roemenië, Italië, Nederland en het Verenigd Koninkrijk.

Boğaziçi University - Turkije

Boğaziçi University (BU) werd formeel opgericht in 1971. Het heeft vier faculteiten, zes graduate instituten, twee scholen (School of Foreign Languages en Vocational School of Applied Sciences) en 32 onderzoekscentra. De faculteiten en scholen bieden bacheloropleidingen aan voor circa 16.000 studenten, terwijl de instituten masteropleidingen aanbieden aan circa 4.000 studenten. De voertaal aan de universiteit is Engels. Er zijn permanent 939 academisch personeel en 984 administratief personeel. Het wordt onderschreven door de European Universities Association (EUA) en de Faculteit Ingenieurswetenschappen is de eerste ABET-geaccrediteerde faculteit in TR. BU is lid van verschillende internationale universitaire netwerken die hetzelfde doel nastreven: het versterken van de academische samenwerking tussen haar leden: IAU - International Association of Universities; Magna Charta Universitatum; EUA - European University Association; Unimed - Mediterrane Universiteiten Unie; Het Utrechts Netwerk; Black Sea Universities Network; SEFI - European Society for Engineering Education, European Universities Continuing Education Network (EUCEN).

Sociale Media BU

[Boğaziçi University website](#) [@uniBoğaziçi Instagram](#) [Twitter: @UniBoğaziçi](#)

Ministerie van Nationaal Onderwijs - Turkije

Het Turkse Ministerie van Nationaal Onderwijs (MoNE) beheert een van de grootste onderwijssystemen in Europa. Onderwijsdiensten op alle niveaus worden substantieel (meer dan 90%) geleverd door openbare onderwijsinstellingen. Administratieve wetgeving en toezicht met betrekking tot formeel en niet-formeel onderwijs (behalve voor hoger onderwijs) worden uitgevoerd door het Ministerie van Nationaal Onderwijs. MoNE regelt ook de tewerkstelling en verhuizing van leraren en legt het curriculum op; roosters, leerboeken die in de klas worden gebruikt en expliciet toetsen gebruiken om de lespraktijken in de klas te volgen. Er zijn ook particuliere onderwijsinstellingen. Onder particuliere onderwijsinstellingen wordt verstaan particuliere financiering en administratie. Individuen, bedrijven of andere soorten instellingen (zoals verenigingen, stichtingen) kunnen particuliere scholen openen en runnen op basis van winst op kleuter-, lager en secundair niveau. Particuliere onderwijsinstellingen zijn onderworpen aan dezelfde voorschriften als openbare instellingen op het gebied van onderwijsregelingen en certificering (curricula, kwalificaties van leraren, duur van schooldag / -week / jaar, beoordeling, voortgang, diploma enz.). Tot op zekere hoogte worden op verschillende manieren publieke middelen aan particuliere instellingen gegeven. Maar 'van de overheid afhankelijke' particuliere instellingen bestaan niet. Op het niveau van het hoger onderwijs kunnen alleen 'stichtingen' particuliere instellingen voor hoger onderwijs runnen zonder winst te maken.

Aantal studenten 2019: 18 miljoen (1,5 kleuterschool, 5,5 basisschool, 5,5 middelbare school, 5,5 hoge school)

Openbare scholen: 15 miljoen

Privéscholen: 1,5 miljoen

Open onderwijs 1,5 miljoen

Als eerste poging voor de sociale integratie van Syriërs in Turkije was vooral gericht op hun opleiding. Er zijn 3,5 miljoen Syriërs in Turkije en 1,1 miljoen zijn tussen de 5 en 18 jaar. Hoewel er enorme inspanningen worden geleverd om onderwijs te geven aan de Syrische kinderen in Turkije, krijgen momenteel slechts 650.000 onderwijs op openbare scholen. Het uitdagende deel van de integratie van Syrische kinderen is de taaltraining. Het aanbieden van volwaardige Turkse taalcursussen is nog steeds een gebied in ontwikkeling met alle inspanningen en steun van MoNE.

Begin 2016 heeft Turkije zijn wetgeving gewijzigd zodat vluchtelingen legaal aan het werk kunnen. Syrische vluchtelingen kunnen nu een werkvergunning krijgen en toegang krijgen tot het beroepsonderwijs en -opleiding. Door de kost te verdienen of een beroepskwalificatie te verwerven, hebben vluchtelingen de mogelijkheid om actief lid te worden van de Turkse economie in plaats van hulp te blijven ontvangen. Tot nu toe konden arbeidsmarktinstanties en scholen voor beroepsonderwijs slechts een beperkt aanbod van diensten aanbieden om aan de behoeften van Syrische vluchtelingen te voldoen. Veel vluchtelingen hebben niet de nodige kennis van het Turks. Als gevolg van de oorlog hebben zij hun opleiding niet kunnen afmaken en zijn zij niet meer in het bezit van hun cursusdiploma. Bovendien zijn ze niet bekend met de Turkse arbeidsmarkt en de beschikbare adviesdiensten.

Ter ondersteuning van deze voorwaarde kunnen Syriërs vanaf het academiejaar 2016-17 inschrijven voor openbare onderwijscentra die gespecialiseerd zijn in opleidingen voor veel verschillende [beroepsprofielen](#).

[MoNE officiële](#) [Instagram @tcmeb](#) [Twitter: @tcmeb](#) [Facebook@milliegitimbakanligi](#)

Universiteit POLITEHNICA Boekarest (UPB) - Roemenië

De UPB is opgericht in 1886, is de oudste en grootste technische universiteit van Roemenië, met ongeveer 23000 studenten waarvan meer dan 1500 internationale studenten, 3300 fulltime medewerkers, 1800 parttime docenten en 900 postdoctorale studenten. Universiteit POLITEHNICA van Boekarest omvat studieprogramma's voor veel technische richtingen, van informatica en robotica tot ondernemerschap, bedrijfskunde en management. De UPB maakt deel uit van de internationale academische gemeenschap en deelt hetzelfde geloof in morele, educatieve, wetenschappelijke en culturele waarden. Haar belangrijkste missie is om onderwijs, opleiding en wetenschappelijk onderzoek samen te brengen om professionals voor te bereiden die in staat zijn om zich aan te passen aan de eisen van de markteconomie en nieuwe technologieën, met economische en managementkennis en om de principes van duurzame ontwikkeling en milieubescherming te promoten.

[Website Universiteit POLITEHNICA Boekarest](#) - [Facebook @UPB1818](#)

Stichting Dutch Foundation of Innovation Welfare 2 Work - Nederland

De stichting Dutch Foundation of Innovation Welfare 2 Work (DFW2W) is een onafhankelijke non-profitorganisatie die professionals (bijv. Jeugdwerkinstellingen en lokale, regionale en EU overheden) en jongeren ondersteunt op het gebied van werkgelegenheid, job matching & mobiliteit, stage, onderwijs, sociale insluiting, sociale zekerheid, sociale innovatie, welzijn, ondernemerschap en kwaliteit van leven.

[Website DFW2W](#) - [Twitter @DFOIW2W](#)

CPA - Italië

Mensen en bedrijven helpen om Europese kansen te benutten door middel van empowermentstrategieën, coaching, ondernemerschap en innovatie. Betrokken bij het werken met migranten, plattelandsontwikkeling en mensen met speciale behoeften om hun inzetbaarheid en aantrekkelijkheid op de markt te vergemakkelijken.

[Website CPA](#) - [Facebook @ConnectAbruzzo](#)

Werkcenter Scotland - Verenigd Koninkrijk

Werkcenter Scotland (WS) heeft de filosofie 'From Work to Work; that's the way it works', een alomvattende lokale aanpak die wordt opgepakt van regionaal, nationaal tot internationaal niveau waarbij het hoofddoel is om jongeren door ervaring aan het werk en / of in ondernemerschap te krijgen. WS is gericht op het stimuleren van (leren naar) ondernemerschap, werk en het zoeken naar werk in alle fasen. Door een eenvoudige gestructureerde aanpak verbetert het onmiddellijk de positie van de jonge werklozen op de arbeidsmarkt en verbetert tegelijkertijd hun inzetbaarheid op lange termijn.

[Website Werkcenter Scotland](#) - [Twitter Werkcenter Scotland](#)

Hoofdstuk 1. Een Ondernemersdroom

In dit hoofdstuk hebben we een selectie gemaakt uit inspirerende video's om het ondernemersbewustzijn te bevorderen en jonge migranten aan te zetten tot ondernemerschap

1.1. Films over het beste Ondernemerschap (en hun trailers)

Wat zijn de beste ondernemersfilms aller tijden? Hieronder 5 films, persoonlijk uitgekozen, om te bekijken. Plezierig en vol met ondernemerslessen en kwaliteiten die je nodig hebt om te slagen! Mis niets van deze lijst. Kijk en breng de geleerde lessen in praktijk!



5. The Pursuit of Happyness

Deze film vertelt het verhaal van Chris Gardner, een Amerikaanse zakenman en inspirerende spreker. In het begin van de jaren tachtig worstelde Gardner met dakloosheid, terwijl hij een zoontje opvoedde. Hij werd effectenmakelaar en richtte uiteindelijk in 1987 zijn eigen beursvennootschap Gardner Rich & Co op. In 2006 verkocht Gardner zijn minderheidsbelang in de firma en publiceerde hij zijn memoires en dat boek was het script van de film The Pursuit of Happyness met Will Smith in de hoofdrol. De film bracht in eigen land \$ 163 miljoen op aan de kassa en meer dan \$ 300 miljoen wereldwijd. Als gevolg hiervan verdiende het Will Smith een Academy Award-nominatie voor beste acteur.

De film nam wat vrijheden met Gardners ware levensverhaal, maar vertelt in wezen dat je moet nastreven ..., hoe moeilijk het ook wordt, je moet doorgaan en niet opgeven. Veel vertrouwen in jezelf hebben is essentieel om te slagen als ondernemer: 'Laat niemand je vertellen dat je iets niet kunt. Als je een droom hebt, moet je die beschermen. Als je iets wilt, ga het halen'. Het levensverhaal van Chris Gardner is een ware inspiratiebron! #MustSee!

[Trailer](#)

4. The Social Network

In 2003 vindt Harvard-student Mark Zuckerberg Facebook uit. Het wordt al snel een wereldwijd fenomeen en een revolutie in communicatie. Zes jaar later is Mark de jongste miljardair in de geschiedenis, maar niet zonder juridische complicaties. The Social Network (2010) vertelt het ondernemersverhaal van Facebook.

Het script is min of meer gebaseerd op het boek The Accidental Billionaires (2009). De film toont de oprichting van de sociale netwerkwebsite Facebook en de daaruit voortvloeiende rechtszaken. De film vertelt het ondernemersverhaal van de 19-jarige Harvard University-student Mark Zuckerberg, die een campuswebsite met de naam Facemash maakt door universiteitsdatabases te hacken om foto's van vrouwelijke studenten te stelen, en bezoekers van de site vervolgens te laten beoordelen hoe aantrekkelijk ze zijn. Doordat het immense verkeer naar de site crashen delen van het computernetwerk van Harvard, en krijgt Zuckerberg zes maanden academische proeftijd. De populariteit van Facemash trekt echter de aandacht ... Zuckerberg benadert zijn vriend Eduardo Saverin met een idee voor The Facebook, een sociale netwerkwebsite die exclusief zou zijn voor Ivy League-studenten ...

De film gaat over de hobbelige weg van ondernemerschap, met veel ruzies rond wie het oorspronkelijke idee heeft bedacht, veel rechtszaken, verbroken vriendschappen, naar ... het grootse succes van Facebook!

Acteur Jesse Eisenberg speelt oprichter Mark Zuckerberg. Noch Zuckerberg, noch enig ander Facebook-personeel was bij dit filmproject betrokken. The Social Network won Oscars voor zijn regie, scenario, acteerwerk, montage en muziek.

[Trailer](#)

3. Steve Jobs

De film van Steve Jobs (24 februari 1955 - 5 oktober 2011), de personificatie van Icon Apple, een Amerikaanse zakenmagnaat, industrieel ontwerper, investeerder en media-eigenaar, met Syrische roots. Hij was de voorzitter, chief executive officer (CEO) en mede-oprichter van Apple Inc., de voorzitter en meerderheidsaandeelhouder van Pixar, een lid van de raad van bestuur van The Walt Disney Company na de overname van Pixar, en de oprichter, voorzitter, en CEO van NeXT. Jobs wordt algemeen erkend als een pionier van de personal computerrevolutie van de jaren 70 en 80, samen met Apple mede-oprichter Steve Wozniak.

De film draait om de belangrijkste presentaties van Steve Jobs, de lancering van zijn nieuwe innovatieve producten, zijn ondernemingsgerichtheid, niet bereid te geven wat klanten vragen, 'omdat ze niet weten wat ze willen' ... Het verhaal van Steve Jobs laat zien dat succes niet gemakkelijk komt en niet noodzakelijk betekent dat je erg gelukkig bent als je succes hebt. Zijn gecompliceerde persoonlijkheid en eenrichting denken vernietigen uiteindelijk bijna al zijn concurrenten, maar gaandeweg ook veel van zijn relaties met collega's, vrienden, zijn eigen familie en zijn eigen kind ... Veel privéproblemen en problemen staan niet in de weg naar zijn ultieme ondernemersdoel: Apple het grootste en succesvolle bedrijf ter wereld maken.

[Trailer](#)

2. The Big Short

The Big Short (2015) is een ondernemersfilm, die het meest de sfeer van de huidige #Corona #Crisis-situatie weergeeft. Het is gebaseerd op het boek The Big Short: Inside the Doomsday Machine uit 2010 van Michael Lewis, dat laat zien hoe de financiële crisis van 2007-2008 werd veroorzaakt door de huizenbubbel in de Verenigde Staten. Met filmsterren Christian Bale, Steve Carell, Ryan Gosling, Brad Pitt en nog veel meer.

De film staat bekend om de onconventionele technieken die het gebruikt om de financiële instrumenten en terminologie uit te leggen, concepten uit te leggen zoals 'subprime'-hypotheken en 'collateralized debt'-verplichtingen als meta-referentie. Verschillende personages uit de film richten zich rechtstreeks tot het publiek, meestal die van Gosling, die als verteller fungeert. Dit is op een heel goede manier gedaan, zodat iedereen uiteindelijk begrijpt hoe de banken ons allemaal voor de gek hielden met hun definities en ingewikkelde termen (wat duidelijk en simpel frauduleus gedrag was). Een paar ondernemers zien wat er gebeurt en springen in het gat van de mogelijkheden...

De film won de Academy Award voor het beste bewerkte scenario en de nominaties voor Beste Film, Beste Regisseur, Beste Mannelijke Bijrol (Bale) en Beste Filmmontage. Bale is de personificatie van de ondernemer die ver voor de roedel loopt. Hij is degene die de kansen ziet en iedereen verklaart hem voor gek. Zijn baas en collega's verliezen het vertrouwen in hem. Hij wordt het lachertje, maar hij blijft volhardend en vol vertrouwen en streeft ernaar tot het einde.

Je moet jezelf trouw blijven als je faalt of slaagt - hoe dan ook, het is een geweldige les over ondernemerschap en durf, het zien van mogelijkheden, risico nemen en tegen de algemene opinie ingaan: [Trailer](#).

1. The Founder

The Founder (2016) is een biografische komedie-dramafilm geregisseerd door John Lee Hancock en geschreven door Robert Siegel. Met Michael Keaton als zakenman Ray Kroc in de hoofdrol, portretteert de film het verhaal van zijn oprichting van de fastfoodrestaurantketen McDonald's. Nick Offerman en John Carroll Lynch spelen samen als McDonald's oprichters Richard en Maurice McDonald.

De film ontving over het algemeen positieve recensies van critici, die de prestaties van Keaton prezen. Er worden veel obstakels en teleurstellingen getoond, maar Ray blijft doorgaan: niet opgeven en het doorzettingsvermogen van Ray leidt uiteindelijk tot het fenomenale succes van wat McDonalds vandaag de dag is. De film vertelt de hoogte- en dieptepunten van ondernemerschap met de ruzies en tegenslagen, misverstanden en hoe simpele innovaties een enorme impact kan hebben op het succes van het product. De film legt ook heel goed uit dat, hoewel je het oorspronkelijke idee niet hadt, je andere ideeën kunt ontwikkelen en voort kunt bouwen op ideeën van anderen en nog groter kunt worden!

Trailer

Ben je na het bekijken van deze films geïnteresseerd, enthousiast en gemotiveerd om als ondernemer te starten?:

Ga naar de [self-assessment](#) !!!

Onthoud altijd Waarom wil je ondernemer worden?!

Motivatie is de sleutel!

1.2. De 5 meest inspirerende YouTube-video kanalen voor ondernemers!

De Top 5 YT kanalen zijn:

1. Business Casual

Business Casual heeft een missie om de volgende generatie leiders op te leiden en te inspireren

2. Startup stories

Startup Stories, een one-stop-bestemming om je de complete reis te brengen over succesvolle ondernemers en oprichters, die zichzelf vestigden met hun innovatieve ideeën, met exclusieve verhalen van topbedrijven zoals Amazon, Flipkart, Snapdeal, Facebook, Google, WhatsApp en nog veel meer die waren opgericht succesvolle ondernemers Jeff Bezos, Sachin Bansal, Kunal Bahl, Mark Zuckerberg, Larry Pagina onder anderen.

[Top 5 lessen in ondernemerschap van de meest succesvolle ondernemers levenslessen | Startup Stories](#)

3. Silicon Valley Girl

Silicon Valley Girl is een kanaal van Marina Mogilko. bouwbedrijven en over haar persoonlijke handelsmerk!

4. TEDx Talks

TEDx is een internationale gemeenschap die overal en altijd TED-style evenementen organiseert - lokaal gedreven ideeën viert en deze naar een wereldwijd podium verheft. TEDx-evenementen worden onafhankelijk van TED-conferenties geproduceerd, elk evenement stelt zelf sprekers samen, maar op basis van het formaat en de regels van TED.

[Wat is er nodig om een ondernemer met migratie achtergrond te zijn \(Rafael dos Santos\) TEDxRoyalTunbridgeWells](#)

[Wat als je een immigrant was? | Ben Huh | TEDxPortland](#)

[Hoe immigranten Amerika groot maken | Mawi Asgedom | TEDxGrantPark](#)

[3 lessen over succes van een Arabische zakenvrouw](#)

5. Hubspot

Laat je carrière en je bedrijf groeien til je professionele vaardigheden naar een hoger niveau met gratis, online training van HubSpot Academy. Van snelle, praktische cursussen tot uitgebreide certificeringen ...

1.3. Meer YouTube-opties voor ondernemerschap, innovatie en inspiratie

1. Domino ketting reactie

Een domino kan een andere domino omverwerpen die ongeveer 1,5x groter is dan zichzelf. Een ketting van steeds grotere domino's veroorzaakt een soort mechanische kettingreactie die begint met een klein duwtje en een indrukwekkend grote domino neerhaalt. Het Originele idee is van Lorne Whitehead, American Journal of Physics, Vol. 51, Pagina 182 (1983).

2. Beste dingen op Aarde zijn te vinden aan de andere kant van je Angst

Acteur Will Smith deelt zijn ervaring over parachutespringen met een citaat van Franklin D. Roosevelt: "Het enige waar we bang voor hoeven te zijn, is de angst zelf." Smith benadrukt het belang van het omgaan met onze eigen angsten door het oog-in-oog tegemoet te treden.

3. Moonshot Denken

Waarom mikken op 10% als je op 10X kunt mikken? In plaats van slechts 10% winst, streeft een moonshot naar een 10x verbetering ten opzichte van wat er momenteel bestaat. De combinatie van

een enorm probleem, een radicale oplossing voor dat probleem en de baanbrekende technologie die die oplossing mogelijk zou kunnen maken, is de essentie van een moon-shot.

4. Hoe je kunt leren van afwijzing en mislukking

Jia Jiang gaat moedig op avontuur in een gebied waar velen van ons bang voor zijn: afwijzing. Door 100 dagen lang afwijzing te zoeken - van een vreemdeling vragen om \$ 100 te lenen tot het aanvragen van een 'hamburger bijvullen' in een restaurant - maakte Jiang zichzelf ongevoelig voor de pijn en schaamte die afwijzing vaak met zich meebrengt en ontdekte daarbij dat simpelweg vragen van wat je wilt, mogelijkheden kan openen waar je verwacht doodlopende wegen te vinden.

5. Bloomberg Entrepreneurship World Silicon Valley Episode

Het Turkse Bloomberg HT Channel presenteert een speciaal deel van zijn "Entrepreneurship World" in San Francisco, ingesproken door Oguzhan Aygoren, hoofd van het ondernemerscentrum aan de Boğaziçi Universiteit in Istanbul, Turkije. De gast is de mede-oprichter en CEO van een start-up, Anki Inc., Boris Sofman en het onderwerp gaat over robotica en AI als de functionerende gebieden van dit bedrijf. Het begin van de video is in het Turks, maar gaat verder in het Engels.

6. Start met 'Waarom?'

Simon Sinek legt uit dat er een patroon is over waarom Apple zo innovatief is, waarom Martin Luther King zo inspirerend was ('Het was:' Ik heb een droom! " Ik heb geen plan '): alle grote bedrijven en leiders denken, handelen en communiceren op dezelfde manier. Het heet de Gouden Cirkel. Het draait allemaal om waarom? Hoe ? Wat? Als mensen geloven in wat je doet, zul je succesvol zijn. Waarom? Hoe? Wat ? [Neem een kijkje](#) !

7. Steve Jobs 2005 Stanford toespraak

Op basis van enkele van de meest cruciale punten in zijn leven, spoorde Steve Jobs, CEO en mede-oprichter van Apple Computer en Pixar Animation Studios, afgestudeerden aan om hun dromen na te jagen en de kansen te zien van tegenslagen in het leven - inclusief de dood zelf - bij de 114e aanvang van de universiteit op 12 juni 2005.

Steve Jobs vertelt drie levensverhalen:

1. Een verhaal over het verbinden van de punten
2. Een verhaal over liefde en verlies: ga voor je passie, neem geen genoegen met minder
3. Een verhaal over de dood: uw tijd is beperkt: verspil het niet, leef niet het leven van iemand anders.

8. Zes levenslessen van Steve Jobs

De 6 levenslessen in deze video:

1. Kies het leven dat je wilt leven
2. Certificaten doen er niet toe
3. Droom groots
4. Begin ergens
5. Leef elke dag alsof het je laatste is
6. Je faalt alleen als je stopt met proberen

9. Arnold Schwarzenegger's 5 regels voor succes

Acteur Arnold Schwarzenegger onthult zijn 5 geheime stappen om het leven aan te pakken en Mr. Universe te worden (op de leeftijd van 20), 7-voudig Mr. Olympia, Hollywood-legende en 2-jarig gouverneur van Californië. Zijn verhaal bewijst dat geen obstakel te groot is om te overwinnen en geen visie te groot om te bereiken.

1. Ontdek je visie en volg deze
2. Denk nooit klein, denk groot
3. Negeer de pessimisten
4. Werk hard
5. Neem niet alleen, maar geef iets terug (... en verander de wereld)

10. Rocky Balboa Inspirerende toespraak

‘Laat me je iets vertellen dat je al weet. De wereld is niet alleen maar zonneschijn en regenbogen. Het is een heel gemene en smerige plek en het kan me niet schelen hoe hard je bent, het zal je op je knieën slaan en je daar permanent houden als je het toelaat. Jij, ik of niemand gaat zo hard als het leven toeslaan. Maar het gaat er niet om hoe hard je geraakt bent. Het gaat erom hoe moeilijk je het kunt krijgen en toch vooruit kunt blijven gaan ...’

11. Droom Groots

Tim Bengel, een jonge Duitse kunstenaar, vertelt het verhaal van hoe hij een innovatieve kunstenaar werd en door zijn werk een solo artist expositie in New York kon creëren..

12. Droom en Ontwerp (De Verborgen Spoelbak)

De video toont de creatie van een innovatieve spoelbak die functie combineert met beleving.

13. Traditionele Turkse Ebru-kunst toepassen voor verandering

De video toont het toepassing van een traditionele artistieke techniek om een beroemd schilderij van Van Gogh na te bootsen.

14. Verrassende gewoonte van "Originals"

De TED-talk presenteert de zogenaamde categorie van "originals" en de sprekers te stimuleren het publiek om hun kenmerken en waarden te begrijpen.

15. In de geest van 'Een meester zijn in Uitstellen'

De TED-talk presenteert de zogenaamde categorie van "originals" en de sprekers stimuleren het publiek om hun kenmerken en waarden te begrijpen. In dit geval het meesterschap van het uitstellen van taken die je echt moet doen.

16. Faal vroeg, faal snel om eerder te slagen

De video laat zien hoe een jonge man leerde hoe hij een backflip (achterwaartse salto) in minder dan 6 uur moest doen, en stelt de waarde van veerkracht voor.

17. Waarom Startups slagen?

Deze video onderzoekt de redenen achter het mislukken of slagen van het opstarten. De spreker stelt dat de belangrijkste succesfactoren zijn: het idee, het team, het bedrijfsmodel, de financiering en de timing. De meest invloedrijke van deze factoren zijn de timing [42%] en het team [32%].

18. Hoe start een activiteit

Deze video benadrukt het belang van zelfvertrouwen in leiderschap en de rol die wordt gespeeld door betekenisvolle partners bij het promoten en ondersteunen van de leiders van cult-zaken en het aantrekken van andere partners.

19. Vreemd of gewoon anders

De videospreker verkent het belang van een lokaal en cultureel perspectief met betrekking tot eventuele aannames die kunnen worden gemaakt, en laat zien dat welke concepten de norm voor jou ook zijn, het tegenovergestelde kan gelden voor anderen, afhankelijk van de lokale context..

20. Houd je doelen voor jezelf

De videospreker presenteert de paradox van hoe het delen van je persoonlijke doelen en ambities met iemand anders ervoor zorgt dat het minder snel werkelijkheid wordt vanwege psychologische factoren.

21. [Vluchtelingen en ondernemerschap in Turkije: Vanaf Nul beginnen](#)

De video geeft een samenvatting van en onderzoekt de problemen en obstakels in het echte leven waarmee individuen zoals vluchtelingen kunnen worden geconfronteerd die hun leven in het buitenland opnieuw moeten opbouwen.

22. [Syrische vluchteling-ondernemer verandert een schuur in een Chocoladefabriek](#)

Hoe voorgaande vaardigheden je kunnen helpen van een schuur een succesvolle chocoladefabriek te maken

Bron: Scotta Nova News

23. [Maak kennis met de Syrische vluchtelingen die in Turkije wonen en ondernemers zijn geworden](#)

Syrische vluchtelingen starten bedrijven en creëren banen in Turkije

24. [GEEN EXCUSES - Beste motiverende video](#)

Deze motiverende video legt uit wat je moet doen als je een probleem hebt. Doe er iets aan! Je hebt tijd, je hebt vaardigheden, je hebt de kennis. Het zal nooit gemakkelijk zijn. Dit is je kans: maak het mogelijk!

25. [DREAM - Motiverende video](#)

Geef je dromen niet op. Je droom is mogelijk. Grootheid zit in ons allemaal. Jij bent uniek. Bekijk ook [The Pursuit of Happiness](#) om te zien hoe je teleurstelling en tegenslag kunt overwinnen en uiteindelijk succesvol kunt zijn!

26. [BEKIJK DIT ELKE DAG EN VERANDER JE LEVEN - Denzel Washington](#)

Nelson Mandela zei: 'Er is geen passie te vinden om klein te spelen, genoeg te nemen met een leven dat minder is dan je kunt leven' Doe waar je gepassioneerd over bent. Dromen zonder doelen zijn slechts dromen. Je zult op een bepaald moment in je leven falen: omarm het! Iedereen heeft het talent om te slagen, maar als je niet faalt, probeer je het niet eens. Falen is de beste manier om je richting te bepalen.

27. [Ondernemer - Motiverende video](#)

28. [MOTIVATIE - ZAKELIJKE MOTIVATIE VOOR ONDERNEMERS](#)

Inspirerende video's Turkije (Engels ondertiteld)

1. [Verhaal van een jonge Syrische ondernemer](#)

Bekijk het verhaal van deze jonge Syrische ondernemer, een voorbeeld van vastberadenheid.

2. [Van vluchtelingenkamp tot succesvolle ondernemer](#)

3. [Goede Stem , Slechte Stem](#)

4. [App helpt vluchtelingen bij het vinden van banen in Turkije](#)

Hoe een Syrische ondernemer een app ontwikkelde om Syrische vluchtelingen te helpen.

5. [Ondernemerschap geanimeerde video - Arijit Bhattacharyya](#)

EC YouTube Video's

De Europese Commissie over ondernemerschap, migranten en vluchtelingen:

1. [Beleidsids ondernemerschap voor migranten en vluchtelingen](#)

Een gezamenlijk product met UNCTAD en UNHCR

Een hulpmiddel om het bewustzijn over ondernemerschap te vergroten. De gids is gebaseerd op het UNCTAD-model van ondernemerschap, inclusief 35 casestudy's ... Met de publicatie van de nieuwe IOM / UNCTAD / UNHCR-beleidsids over ondernemerschap voor migranten en vluchtelingen hopen we dat de link tussen zelfstandig ondernemerschap en menselijke mobiliteit stevig gevestigd; [zie de gids hier](#).

2. [Ondernemerschap voor migranten en vluchtelingen - Isabelle Durant](#)

Isabelle Durant, plaatsvervangend secretaris-generaal van UNCTAD, spreekt over een wereldwijde fototentoonstelling die de Internationale Organisatie voor Migratie (IOM), UNCTAD en UNHCR op 18 november 2019 lanceerden om de bijdragen te illustreren die migranten- en vluchtelingenondernemers ook in hun nieuwe gemeenschappen leveren zoals die waar ze vandaan komen.

Turkse YouTube Video's

1. [Bloomberght](#)

2. [Businessht](#)

3. [Oğuzhan Aygören's Chnannel](#)

4. [GTO Suriyeli Girişimciler Animasyonu](#)

Italiaanse YouTube Video's

1. [Il miglior video di motivazione](#)
2. [La Strada del Successo](#)

Arabische YouTube Video's

Video over de 'Arab Rally for Entrepreneurship 2019; .. De eerste Arabische race om de geest van innovatie onder jongeren te ontwikkelen. De Arab Entrepreneurship Rally is een wedstrijd die wordt mogelijk gemaakt door het AAST Center of Entrepreneurship van de Arab Academy for Science, Technology and Maritime Transport voor mensen die hun eigen bedrijf willen starten.

1. [Entrepreneurship Rally](#)

Bezoek de website van de [Entrepreneurship rally](#).

2. [Rise – Motiverende Video](#)

Een motiverende video met verwijzing naar [Pursuit of Happyness](#) en de toespraak van [Rocky Balboa](#).

3. [Prove Them Wrong – Motiverende Video](#)

Roemeense YouTube Video's

1. [YouTube Kanaal van Cristian Onetiu met video's over ondernemerschap](#)

Video's van dit kanaal hebben argumenten die het vermelden van een bedrijf aanmoedigen, adviezen geven en uitleggen hoe je een bedrijf moet runnen. Belangrijk op dit punt kunnen de volgende video's zijn:

- [Van idee tot bedrijf](#)
- [Advies voor afgestudeerden](#)

2. Inspirerende video's

[1. Succes zit in jou](#)

[2. Het is allemaal aan jou!](#)

[3. Een ijzeren wil!](#)

3. Inspirerende video's

[1. Motiverende video voor ondernemers](#)

[2. Motivatie - Zakelijke motivatie](#)

1.4. De 6 beste ondernemingsgerichte podcasts?

Luister en leer: 5 toppodcasts voor jonge ondernemers

Verzamel inzichten over ideeën, innovatie, leiderschap en productiviteit uit één-op-één gesprekken tussen topondernemers. YME heeft een lijst met 5 podcasts samengesteld om ondernemers te helpen bij het bouwen, balanceren, groeien en om op te starten:

1. [The Tim Ferriss Show](#)

Het baanbrekende boek van Tim Ferriss, *'The 4-Hour Workweek'*, veranderde de manier waarop veel ondernemers en professionals omgaan met hun tijd en productiviteit. Tim brengt dezelfde boeiende inhoud naar [The Tim Ferriss Show](#) podcast. Het biedt een gevarieerde groep gasten – van Katie Couric tot Tony Robbins en Seth Godin - waarbij de tactieken en strategieën worden onderzocht die goed presterende mensen gebruiken om succes te behalen in sport, kunst en zaken.

Mis het niet: auteur [Michael Pollan's extremely popular episode](#) neemt je mee door de nieuwe wetenschap van psychedelica.

2. [Stanford – 'Entrepreneurial Thought Leader' Series](#)

Als je een voorliefde hebt voor academisch denken en wilt leren van ondernemers wiens namen je dagelijks leest, probeer dan de podcastserie van Stanford University, [Entrepreneurial Thought Leaders](#). Met gasten, waaronder de beroemde Stanford-faculteit en bekende ondernemende kapitalisten, bevatten de afleveringen serieuze waarde en kennis in blokken van een uur.

Mis het niet: de toekomstgerichte discussie met [Elon Musk](#) zal je interesseren.

3. [EntreLeadership](#)

Als een betere leider worden een prioriteit is, abonneer je dan op [EntreLeadership](#), een podcast met gasten als Mark Cuban en Simon Sinek onderwerpen aanpakken variërend van bedrijfscultuur tot geld, gastheer [Ken Coleman](#) leidt op meesterlijke wijze interviews en brengt doordachte inzichten en nuttig advies naar voren waarvan bijna elke ondernemer zal profiteren.

Mis het niet: [Learn from guest Daniel Pink](#) hoe timing de prestaties beïnvloedt en hoe u uw meest productieve tijdvakken kunt benutten.

4. [The James Altucher Show](#)

James Altucher, de enorm succesvolle ondernemer, schrijver en investeerder,, ook [hosts of one of iTunes' most popular podcasts](#). Met diverse gasten, waaronder Tim Ferriss, Wolfgang Puck, Tony Hawk en Arianna Huffington, zul je genieten van boeiende inhoud van degenen die hun branche definiëren en takeaways ontdekken die van toepassing zijn op je ondernemers reis.

Mis het niet: Altucher's no-nonsense intellect komt volledig tot uiting in deze eerlijke discussie met de auteur [Tucker Max](#).

5. [How to Start a Startup](#)

Leren van Y Combinator en Stanford is ideaal als je serieus een bedrijf wilt starten - en daarom is [How to Start a Startup](#) zo waardevol voor beginnende ondernemers!

How to Start a Startup, aangeboden als een spoedcursus van 20 afleveringen, biedt lezingen van opmerkelijke investeerders en ondernemers die een platform op Stanford waardig zijn. Sam Altman, Adora Cheung en Peter Thiel onderzoeken bedrijfsstrategie, schaalvergroting, het bouwen van producten en meer.

Mis het niet: [Start from the very beginning](#) van de cursus voor maximale impact.

6. [Unemployable](#)

Heb je ooit voor een andere persoon of bedrijf gewerkt om je te realiseren dat je daar volkomen ongeschikt voor bent? Dan is dit de podcast voor jou!

[Unemployable](#) is voor de ondernemer, solopreneur, consultant en freelancer, gehost door Brian Clark, de bekende oprichter van Copyblogger.

Brian's humoristische kijk op ondernemerschap trekt diverse gasten aan. Van punkrockicoon Henry Rollins, tot schrijvers Daniel Pink en Jenny Blake, tot social media-goeroe Gary Vaynerchuk. Deze podcast helpt je niet alleen bij het navigeren door 'inzetbaarheid', maar geeft ook advies en inzichten die resoneren.

Mis het niet: Je zult de aantrekkingskracht van deze podcast begrijpen als je ernaar luistert [Peter Abraham's recent episode](#).

Hoofdstuk 2. Een Ondernemers Assessment

***Ben jij een ondernemer en wat voor vaardigheden heb je nodig om een goede ondernemer te zijn?
Wat maakt iemand een succesvolle jonge ondernemer?***

De belangrijkste kwaliteiten zijn eigenschappen zoals creativiteit, het vermogen om door te gaan in tijden van tegenslag en de sociale vaardigheden die nodig zijn om geweldige teams te smeden en te inspireren... Als je een bedrijf wilt starten, is het essentieel om de specifieke vaardigheden te leren die aan deze kwaliteiten ten grondslag liggen.

2.1. Ondernemerschap definiëren

Sommige experts beschouwen ondernemers als mensen die bereid zijn risico's te nemen die andere mensen niet bereid zijn te nemen. Anderen definiëren hen als mensen die succesvolle bedrijven starten en bouwen. Als we nadenken over de eerste van deze definities, betekent ondernemerschap niet noodzakelijk het starten van een eigen bedrijf. Veel mensen die niet voor zichzelf werken, worden binnen hun organisatie erkend als ondernemer (we noemen deze mensen intrapreneurs).

Ongeacht hoe je een "ondernemer" definieert, één ding is zeker: een succesvolle ondernemer worden is niet eenvoudig. Wat de definitie van ondernemerschap je niet vertelt, is dat ondernemerschap is wat mensen doen om hun carrière en dromen in handen te nemen en deze in de richting van hun eigen keuze te leiden. Het gaat erom een leven op te bouwen op uw eigen voorwaarden. Geen bazen. Geen beperkende schema's. En niemand houdt je tegen. Ondernemers kunnen de eerste stap zetten om van de wereld een betere plek te maken, voor iedereen.

2.2. Ondernemers Self-Assessment

Als je een bedrijf start of leidt, is het goed om jezelf van binnen en van buiten te kennen. Ook al ben je je hele leven bij jezelf geweest, het is moeilijk om je eigen kwaliteiten goed vast te stellen. Door jezelf te beoordelen met professionele zelfevaluatie tools, kun je begrijpen hoe je het beste werkt, zodat je de juiste wijzigingen kunt aanbrengen, je kunt helpen je sterke en zwakke punten te herkennen en inzicht krijgen waar je hulp nodig hebt.

De YME Gids voor jonge ondernemers met een migratie achtergrond begint altijd met de EC-link <https://ec.europa.eu/migrantskills/#/>. Het bestand, dat de jonge migrant zal aanmaken, zal worden geüpload als een bestand met abonnement op onze [YME Portaal](#). [Ons portaal](#) biedt jonge mensen een gratis psychometrisch beoordelingsinstrument om hun eigen

zakelijke vaardigheden te beoordelen. De [YME self-assessment](#) activiteit is het onderzoeken van jezelf om bepaalde aspecten te beoordelen. Het kan worden uitgevoerd om de eigen identiteit vast te stellen, bepaalde behoeften vast te stellen (om te leren, enz.) of om je zelfverzekerdheid te controleren. Een hoofdaspect van elke zelfbeoordelingsactiviteit is de eerlijkheid waarmee deze wordt toegepast. Als de persoon zichzelf anders en beter voordoet, zullen de resultaten van de zelfevaluatie onjuist zijn.

2.3. Eerlijkheid is erg belangrijk bij Self-Assessment

Het doel van zelfevaluatie is om de jongere te helpen de omvang van zijn capaciteiten te kennen en deze te verbeteren zonder de noodzaak van een arbeidsdeskundige. Het gaat om het gebruik van vragen zoals; wat zijn mijn sterke punten; wat zijn de obstakels, etc. Zoals hierboven aangegeven, is de eerlijkheid van de personen die zelfevaluatie uitvoeren belangrijk om betrouwbare resultaten te verkrijgen. Ook kan de locus of control de resultaten van zelfevaluatie beïnvloeden. Personen met een hoge locus of control hebben de neiging om fouten te maken tijdens zelfevaluatie. De [YME psychometrische beoordeling](#) is een procedure die u zal helpen uw ondernemersprofiel, en dus uw professionele doelen, beter te definiëren, een bedrijf op te zetten of te starten.

2.4. Heb je jezelf ooit als ondernemend beschouwd?

Young Enterprise Scotland, een non-profit organisatie in het Verenigd Koninkrijk heeft een gratis beoordelingsinstrument ontwikkeld waarmee jongeren hun eigen zakelijke vaardigheden kunnen beoordelen en kunnen zien waar hun sterke punten liggen - een jongere kan een succesvolle toekomstige ondernemer zijn, alleen ze weten het alleen nog niet.

Wij zijn van mening dat om jongeren te helpen vaardigheden te ontwikkelen en te begrijpen waar ze goed zijn, ze een startpunt moeten hebben. De evaluatietool "My Enterprise Profile" is dit startpunt. Geef jezelf 15 minuten om de vragen door te nemen. Na voltooiing ontvangt je een grondig gedetailleerd rapport dat zes belangrijke bedrijfsgebieden illustreert en in welke van deze gebieden je uitblinkt.

Deze gebieden zijn:

- De ervaring van uw klant positief maken
- Verbinden met de markt
- Nieuwe ideeën en concepten vinden
- Je bedrijf laten groeien
- Betrokkenheid en focus behouden
- Voorbereid en klaar zijn voor een bedrijf.

Je rapporten worden per e-mail naar je verzonden en zijn een document waarin deze gebieden worden weergegeven die overeenkomen met je antwoorden. Je rapport bevat een diagram van elk gebied met niveaus van hoe je op elk gebied presteert.

Dus waarom zou je de test niet gelijk doen door op deze link te [klikken](#).

[YME self-assessment!!!](#)



Hoofdstuk 3. Van dromen naar ideeën tot Onderneming

Verander dromen in ideeën en ideeën in dromen

“Op een dag zal officieel moeten worden toegegeven dat wat we tot werkelijkheid hebben gedoopt een nog grotere illusie is dan de wereld van onze dromen, ”zei Dali ooit..

“Dromen zijn een krachtige vorm van bewustzijn’ ’, schreef Edgar Allan Poe in zijn artikel ‘An Opinion About Dreams’

Het is ‘Ik heb een droom, niet ik heb een plan!’ Simon Sinek



Paul McCartney (Yesterday), John Lennon (# 9 Dream), Salvador Dali (Persistence of Memory), Christopher Nolan (Inception), en Stephen King (Dreamcatcher): Slechts een paar beroemde mensen die allemaal ideeën uitwerkten die in hun dromen begonnen...

Maar het gaat niet alleen om je droom. Het gaat erom dat jij je droom vertaalt in ideeën en deze omzet in je droombedrijf! Je moet ervoor te zorgen dat wanneer jouw bedrijf van start gaat, het op de korte termijn kan overleven, en ook in staat is om de lange termijn de droomonderneming te realiseren die je in jouw gedachten hebt ontworpen!

3.1. Het belang van een idee

Zonder ideeën wordt er geen vooruitgang geboekt, zal er niets veranderen, de menselijke ontwikkeling staat stil. Maar ideeën kunnen nergens heen tenzij ze worden gerealiseerd en uitgevoerd. En je kunt niets doen zonder het oorspronkelijke idee:

"Ideeën maken de wereld, want ze zijn de gids voor toekomstige beoefening. Zelfs de zwakste ideeën die zijn geworteld in vooroordelen en onwetendheid, schrijven geschiedenis en vormen een openbare cultuur ... Ideeën worden, wanneer ze worden gemobiliseerd, de sjablonen van denken en oefenen." [Ash Amin & Michael O'Neill in Thinking About Almost Everything]

De mogelijkheden om waarde te creëren en deze aan mensen te leveren zijn eindeloos - zolang je de problemen waarmee de gewone man wordt geconfronteerd kunt identificeren en unieke ideeën hebt over hoe je ze kunt aanpakken. Ondernemerschapskansen zijn overal aanwezig waar je tegenwoordig kijkt, hoewel soms weliswaar aan het zicht onttrokken.

3.2. Het begint allemaal met het 'Merk Ik' (Brand 'I')

Het uitgangspunt moet altijd zijn: 'Wie ben ik?'

Je eerste taak is om jezelf te kennen. Als je jezelf kent, zul je begrijpen waar je van houdt en dan kun je beginnen met doen waar je van houdt: dus het begint allemaal met het Merk 'Ik' ('Brand 'I')

Het is jouw taak om jezelf te ontdekken en je eigen merk en je eigen ideeën als ondernemer vorm te geven. Maar het 'Merk Ik' (Brand 'I') staat natuurlijk onder invloed van ouders, leeftijdsgenoten, leraren, trainers, vrienden, familie, enz..

Er is een probleem met het 'Merk Ik' en het hebben van te veel ideeën ... Mensen raken in de war. Je moet je dus aan een bepaald raamwerk / format houden, zodat ze herkennen dat jij het bent, het jouw bedrijf is ...

3.3. Zelfevaluatie

Laten we beginnen met de meest fundamentele vraag: waarom wil je een bedrijf starten? Gebruik deze vraag om te bepalen wat voor soort bedrijf je wilt starten. Als je wat extra geld wilt, moet je misschien een bijbaan nemen. Als je meer vrijheid wilt, is het misschien tijd om je 9-tot-5-baan te verlaten en iets nieuws te beginnen. Als je de reden weet, het waarom. Begin jezelf dan nog meer vragen te stellen om erachter te komen welk type bedrijf je moet starten en of je reeds hebt wat nodig is:

- * Welke vaardigheden heb je?
- * Waar ligt je passie?
- * Wat is je expertisegebied?
- * Hoeveel kun je jezelf veroorloven te besteden, wetende dat de meeste bedrijven falen?
- * Hoeveel kapitaal heb je nodig?
- * Wat voor soort levensstijl wil je?
- * Ben je klaar om ondernemer te worden? ([Ga naar hoofdstuk 1](#))

3.4. Hoe ontstaan de beste ideeën?

(Gebrek aan) Kennis

Wat je leest en bewaart, heeft mogelijk invloed op wat je daarna leest en bewaart. Het voortdurende, holistische proces geeft ieder van ons een uniek uitzichtpunt. Geen wonder dat we zulke uiteenlopende meningen hebben. Met een algemene verkiezingscampagne in volle gang, kun je meningen niet vermijden. Persoonlijke opvattingen, officiële lijnen, analyse van het grote geheel, evaluatie van kleine punten...

Meningen zijn belangrijk omdat ze helpen onze ideeën vorm te geven. Lezen is ook belangrijk omdat we tijdens het proces andere meningen en ideeën leren kennen. We kunnen onze eigen conclusies niet trekken als we niet lezen over andere ideeën die er zijn.

De beste ideeën komen voort uit het analyseren van de eigen behoeften waaraan nog niet (geheel of gedeeltelijk) is voldaan. In het geval van jonge ondernemers met een migratie achtergrond kunnen ideeën voortkomen uit het onderzoeken van culturele en andere verschillen tussen het land van herkomst en het gastland. En klassieke ideeënbronnen voor ondernemers zijn veranderingen in demografische structuur; de nieuwe technologieën; wetswijzigingen; en veranderingen in levensstijl.

Structureer het idee rekening houdend met tijd en geld. Denk na over verkoopstrategieën - digitale ontwikkeling - logistiek - cashflow - communicatie - cultuur en juridisch - personeel en de hulp die je nodig hebt. Moet je geld investeren? Hoe lang duurt het voordat er geld binnenkomt? Je hebt cashflow nodig! Je moet immers de rekeningen betalen en eten.

3.5. Ideeën en uw doelgroep

Jouw ideeën moeten bij je doelgroepen worden gepitcht. Een marktdoel verwijst naar een groep potentiële klanten aan wie een bedrijf zijn producten en diensten wil verkopen. Deze groep omvat ook specifieke klanten op wie een bedrijf zijn marketinginspanningen richt. Een marktaandeel is een onderdeel van de totale markt voor een product of dienst.

* *Bedenk een bedrijfsidee.*

Heb je al een geweldig bedrijfsidee? Zo ja, gefeliciteerd! Dan kun je het onderstaande overslaan en doorgaan naar het volgende hoofdstuk: [Hoofdstuk 4](#)...

Zo niet, dan zijn er tal van manieren om te beginnen met 'brainstormen' voor een goed idee. Het artikel over ondernemerschap, "[8 manieren om met een zakelijk idee te komen](#)", helpt mensen potentiële zakelijke ideeën op te splitsen. Aan wie wil je verkopen? Dit is je doel als bedrijf.

Hier zijn een paar aanwijzingen uit het artikel:

** Vraag jezelf af wat de toekomst biedt?*

Welke technologie of vooruitgang komt er binnenkort, en hoe zal dat op het zakelijke gebied zoals we dat kennen veranderen? Kun je voorop lopen, voor de troepen uit?

** Los dingen op die je irriteren.*

Mensen hebben liever minder van het slechte dan meer van het goede. Als je bedrijf een probleem voor jouw klanten kan oplossen, zullen ze je daar dankbaar voor zijn.

** Pas je vaardigheden toe op een geheel nieuw vakgebied.*

Veel bedrijven en bedrijfstakken doen de dingen op één manier, want dat is de manier waarop ze altijd zijn gedaan. In die gevallen kan een frisse blik vanuit een nieuw perspectief het verschil maken.

** Gebruik de betere, goedkopere en snellere aanpak.*

Heb je een zakelijk idee dat niet helemaal nieuw is? Denk dan eens na over het huidige aanbod en concentreer je op hoe je iets beters, goedkoper of sneller kunt maken.

** Ga op pad om mensen te ontmoeten en hen vragen te stellen, advies in te winnen bij andere ondernemers, online ideeën te onderzoeken of de methode te gebruiken die voor jou het meest logisch is.*

Als het bedrijfsidee eenmaal is geïdentificeerd, betekent dit niet dat het een deugdelijk idee is. Het idee moet worden geverifieerd: of er een markt(aandeel) is die groot genoeg is om investeringen en periodieke uitgaven te dekken; of het voldoet aan de geldende wetten; of financiering kan worden verkregen enz.

3.6. Marktonderzoek

Begin met het onderzoeken van je potentiële rivalen of partners op de markt met behulp van deze gids. Het geeft een overzicht van de doelstellingen die je nodig hebt om je onderzoek te completeren en de methoden die je daarvoor kunt gebruiken. Je kunt bijvoorbeeld telefonisch of persoonlijk interviews afnemen. Je kunt ook enquêtes of vragenlijsten aanbieden die vragen stellen zoals:

** "Met welke factoren hou je rekening bij het kopen van dit product of deze service?" en*

** "Welke gebieden zou je ter verbetering voorstellen?"*

Even belangrijk zijn de drie meest voorkomende fouten die mensen maken bij het starten van hun marktonderzoek, namelijk:

Alleen secundair onderzoek doen.

Alleen online bronnen gebruiken.

Alleen de mensen die je kent enquêteren.

3.7. Willen de klanten het?

Dit kan een relevante vraag zijn, al zullen Ford (Ford-T) en Steve Jobs (Apple) je iets anders vertellen....: 'In het begin wisten de klanten niet wat ze wilden. Uiteindelijk wilden ze het.'

Je idee kan geweldig zijn, maar timing is ook relevant:

Het miljardenbedrijf Free Record Shop in Nederland ging failliet en hield vast aan het oude concept van de verkoop van cd's en video's. Ze hadden echt wel een goede visie, en hadden het verkopen op het internetnet (zoals Amazon) reeds vroeg als business model ontwikkelt. Dit mislukte echter totaal in de jaren 90 en ze lieten het idee varen als een mislukking. Eigenlijk was het nog niet het moment... En later vergaten ze het weer op te pakken en miste het moment.

Gerelateerd aan: [How to Start a Business Online](#)

3.8. Meer suggesties

Voordat de ondernemer zijn / haar bedrijf start, dient hij / zij het idee te toetsen bij experts op het gebied, maar ook op het gebied van recht en fiscaliteit. De ondernemer moet bijvoorbeeld het type bedrijf kiezen (naamloze vennootschap, stichting, vereniging, enz.)

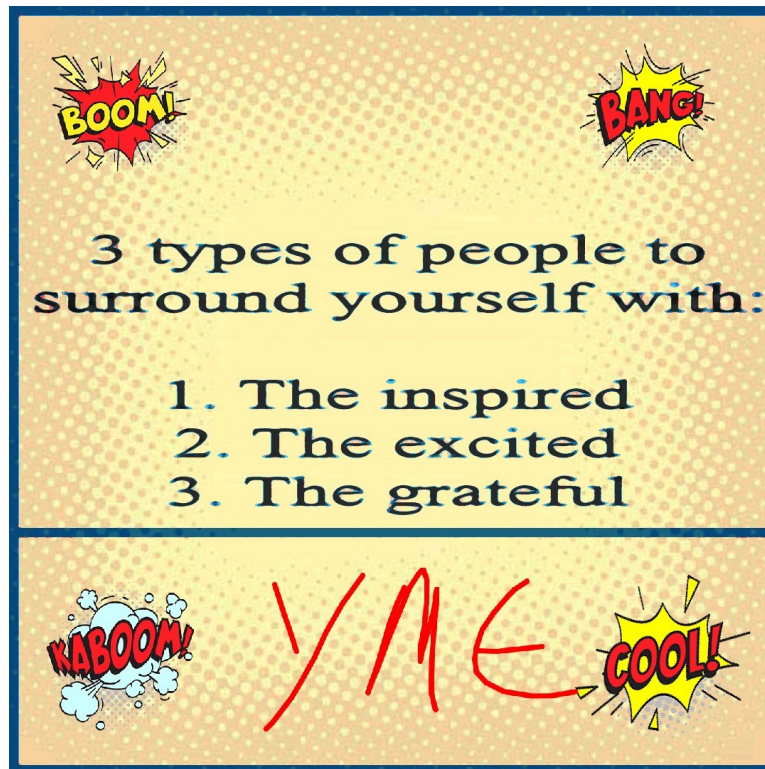
Feedback krijgen.

Laat mensen interactie hebben met uw product of dienst en kijk wat zij ervan vinden. Een frisse blik kan helpen om een probleem aan te wijzen dat u misschien hebt gemist. Bovendien worden deze mensen uw eerste 'Merk Ik' advocaten, vooral als u naar hun input luistert.

Zorg ervoor dat je jezelf niet omringt met negatieve mensen. Dat is geen goede omgeving om je ideeën te ontwikkelen. Kies dus de juiste mensen voor feedback!

3 soorten mensen om je mee te omringen en om feedback van te krijgen zijn:

1. De geïnspireerde
2. De enthousiasteling
3. De dankbare



3.9. Maak het officieel

Verwijder alle juridische obstakels zo vroeg mogelijk. Een korte checklist met dingen die je kunnen ondersteunen, kan zijn ([zie ook hoofdstuk 5](#)):

- Bedrijfsstructuur (BV of eenmanszaak om er maar een paar te noemen.)
- Bedrijfsnaam
- Registreer je bedrijf
- BTW-nummer
- Vergunningen
- Licentie
- Noodzakelijke bankrekening
- Handelsmerken, auteursrechten of patenten.

3.10. Schrijf je bedrijfsplan

Een bedrijfsplan is een schriftelijke beschrijving van hoe jouw bedrijf zal evolueren vanaf het begin tot het eindproduct. Een Bedrijfsplan omvat ([zie ook hoofdstuk 4](#)):

- * Samenvatting: Dit is een samenvatting, met iets meer details van wat het plan omvat, waarbij vaak wordt verwezen naar de bedrijfsbeschrijving, het probleem dat het bedrijf oplost, de oplossing en waarom nu?

- * Bedrijfsbeschrijving: Wat voor soort bedrijf wilt u starten?

- * Hoe ziet uw branche eruit?

- * Hoe zal het er in de toekomst uitzien?

- * Marktstrategieën: Wat is je doel en marktaandeel en hoe kun je het beste op die markt verkopen?

- * Competitieve analyse: Wat zijn de sterke en zwakke punten van jouw concurrenten? Hoe ga je ze verslaan??

- * Ontwerp- en ontwikkelingsplan: Wat is uw product of dienst en hoe zal het zich ontwikkelen? Maak vervolgens een budget voor dat product of die service

- * Bedrijfs- en managementplan: hoe functioneert het bedrijf dagelijks?

Hoofdstuk 4. Hoe zet je een bedrijf op!

“Onze doelen kunnen alleen worden bereikt door middel van een plan, waarin we gepassioneerd in moeten geloven en waarnaar we daadkrachtig moeten handelen. Er is geen andere weg naar succes.” - Pablo Picasso

4.1. Het Bedrijfsmodel

Realistisch gezien is het registreren van je bedrijf de eerste stap om het echt te maken. Neem, net als bij de persoonlijke evaluatie stappen, de tijd om de voor- en nadelen van verschillende bedrijfsentiteiten te leren kennen. Je hebt ook de juiste zakelijke licenties en vergunningen nodig. Afhankelijk van het bedrijf kunnen er ook stads-, provincie- of staatsvoorschriften zijn ([zie hoofdstuk 5](#)). In [hoofdstuk 3](#) hebben we het gehad over van droom naar idee. Voor aanvang spreekt hij/zij met zijn/haar kennissen en, indien mogelijk, de specialisten uit het bedrijfsleven. Hij/zij moet ervoor zorgen dat de input van zijn gesprekspartners oprecht is en niet alleen welwillend. Ook mag de toekomstige ondernemer niet worden ontmoedigd door enkele negatieve meningen. Maar als de overgrote meerderheid van de meningen negatief is en de argumenten van de gesprekspartners solide en logisch zijn, dan betekent dit dat het idee in principe weinig potentie heeft. Anders kan je starten met het maken van een bedrijfsplan.

In de eenvoudigste bewoordingen is een bedrijfsplan een stappenplan - iets dat je zult gebruiken om te helpen jouw voortgang in kaart te brengen en dat de hoofdlijnen zal aangeven die je moet doen om jouw doelen te bereiken. In plaats van een bedrijfsplan te zien als een fors document dat je maar één keer zult gebruiken (misschien om een lening van een bank te krijgen), kun je het beschouwen als een hulpmiddel om te beheren hoe jouw bedrijf groeit en zijn doelen bereikt..

Wil je wat Tips en Tricks over Bedrijfsplanning ([zie ook Hoofdstuk 6](#)): Het schrijven van een bedrijfsplan kan ontmoedigend lijken als je het nog nooit eerder hebt gedaan. Het is echter iets dat je jezelf niet kunt veroorloven om uit te stellen of te negeren. Het hebben van een gedegen bedrijfsplan is cruciaal voor het voortbestaan en de ontwikkeling van jouw bedrijf.

Hoewel je jouw bedrijfsplan misschien gebruikt als onderdeel van je pitch voor investeerders en banken en om potentiële partners en bestuursleden aan te trekken, zul je het voornamelijk gebruiken om jouw strategie, tactieken en specifieke uitvoeringsactiviteiten te bepalen, inclusief belangrijke mijlpalen, deadlines en budgetten en cashflow.

In feite hoeft het bedrijfsplan helemaal geen formeel document te zijn als je jouw plan niet aan buitenstaanders hoeft te presenteren. In plaats daarvan kan jouw plan een gestroomlijnd planningsproces volgen dat bestaat uit het maken van een pitch, het voorspellen van de belangrijkste bedrijfscijfers, het schetsen van de belangrijkste mijlpalen die je hoopt te bereiken, en regelmatige voortgangscontroles waarbij je jouw plan beoordeelt en herzielt.

Als je het niet aan investeerders presenteert, beschouw dit dan niet als een formele pitchpresentatie, maar als een overzicht op hoog niveau van wie jij bent, het probleem dat je oplost, de oplossing voor het probleem, je marktdoelstelling, marktaandeel en de belangrijkste tactieken die je zult gebruiken om jouw doelen te bereiken. Zelfs als je denkt dat je geen formeel bedrijfsplan nodig hebt, moet je het

planningsproces toch doorlopen. Het proces zal helpen om gaten of gebieden te ontdekken waar je niet goed genoeg over nagedacht hebt. Als je een formeel bedrijfsplan moet schrijven, kun je ervoor kiezen om het onderstaande schema te volgen.

Het standaard bedrijfsplan omvat negen onderdelen:

1. De samenvatting
2. Marktdoelstelling
3. Producten en diensten
4. Marketing- en verkoopplan
5. Mijlpalen en statistieken
6. Bedrijfsoverzicht
7. Managementteam
8. Financieel plan
9. Bijlage

Als je gedetailleerde informatie wilt over het schrijven van een bedrijfsplan om aan banken of investeerders te presenteren, zijn er tal van online bronnen, waaronder onze eigen uitgebreide gids.

Op ons platform en onze website vindt je ook honderden voorbeeldplannen voor specifieke branches. Gebruik ze, maar bereid je voor om ze aan jouw specifieke behoeften aan te passen. Geen twee bedrijven zijn hetzelfde! Er zijn verschillende methoden die de ondernemer helpen bij het opbouwen van zijn/haar bedrijf: Lean Start-up, Business Canvas Model, Design Thinking, etc. Hieronder geven we je twee voorbeelden van een Bedrijfsmodel.

Het is altijd raadzaam om de specialisten op het gebied van recht en fiscaliteit te raadplegen. Een specialist heeft een goed gestructureerde visie op het gebied en een waardevolle ervaring, dus hij/zij vertegenwoordigt een competente en betrouwbare bron, die zich kan concentreren op de significante details voor de ondernemer. Deze specialisten kunnen de levensvatbaarheid van het bedrijfsidee bevestigen, maar ook zeer nuttige tips geven, zoals waar je het beste jouw bedrijf kunt openen of de vereisten waaraan moet worden voldaan om bepaalde juridische voordelen te verkrijgen. Na overleg met de juridische en fiscale specialisten heeft de ondernemer een veel duidelijker beeld van zijn bedrijf. Op dit punt begint de ondernemer na te denken over de vorm van juridische organisatie van zijn bedrijf (individueel ondernemerschap, BV, etc.). Deze vormen zijn specifiek per land.

Verder kan de ondernemer zijn/ haar bedrijf ontwikkelen op basis van intuïtie, maar de kans op succes is erg laag. Je kunt het beste een succesvol geteste methode toepassen, zoals [Lean Startup](#) of het [Business Model Canvas](#), zoals hieronder wordt uitgelegd.

4.2. Business Canvas Model

Business Canvas in a nutshell

Het Business Canvas werd voorgesteld door Alexander Osterwalder op basis van zijn boek *Business Model Ontology en management Information Systems* (A. Osterwalder, Y. Pigneur); het is een model dat kan helpen om alle stappen die moeten worden genomen bij de opening van een nieuw bedrijf en het te ontwikkelen, en beter te presenteren. In eerste instantie lijkt het een complex model, maar in werkelijkheid is het heel eenvoudig en effectief. Natuurlijk heeft het maken van een Business Canvas tijd en een goede programmering nodig, rekening houdend met alle partijen die bij het project betrokken zijn, hun standpunt en hun ideeën..

Om het 'Business Canvas' te vullen is het belangrijk om een duidelijk idee te hebben van wat het bedrijf wil aanbieden (welke diensten/producten), dus waar het bedrijf voor staat. De verschillende stappen van het canvas worden ingedeeld in 2 hoofdzijden: aan de linkerzijde de creatieve kant, en aan de rechterzijde de onderhoudende kant.

4.2.1. Stap 1: Doelgroep

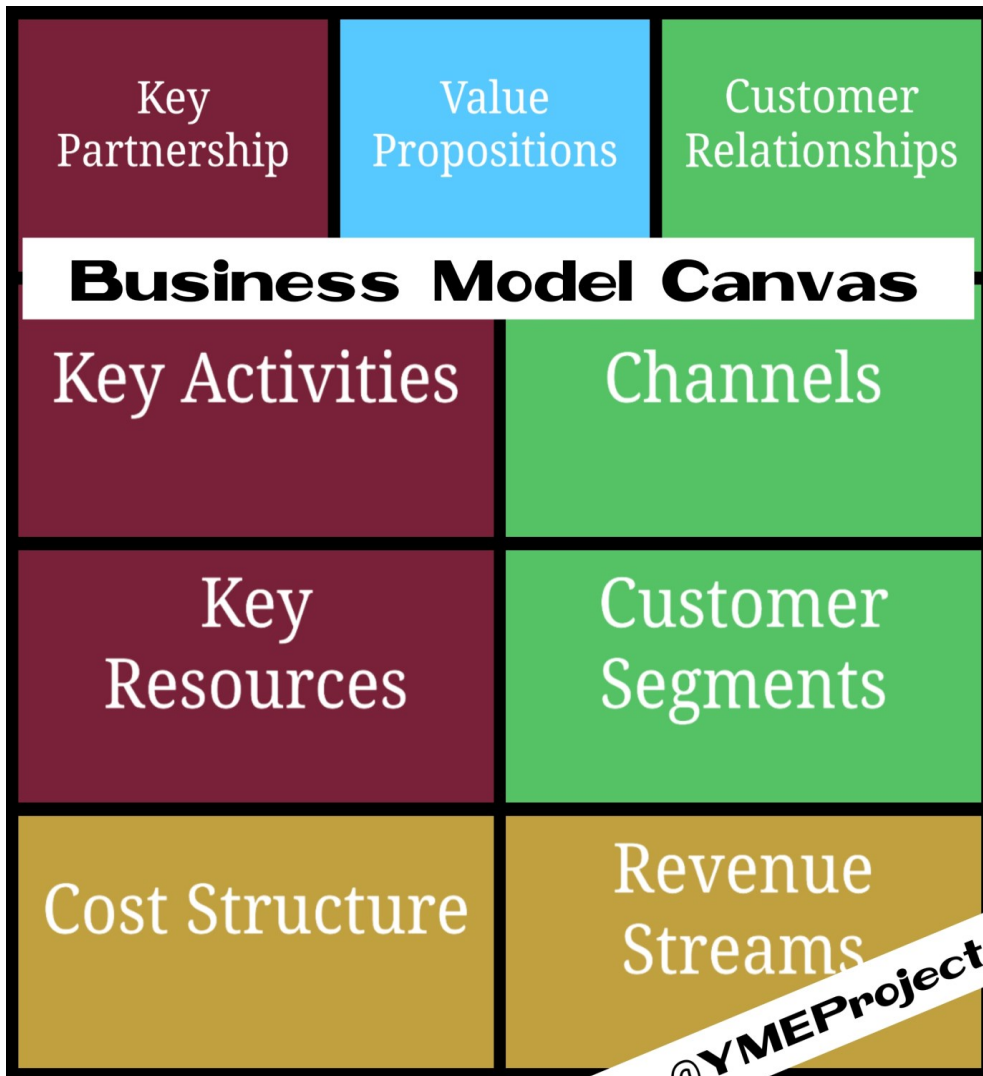
De eerste stap om jouw bedrijf op te zetten, is om duidelijk te definiëren wat jouw doelgroep is. De doelgroep moet zo specifiek mogelijk zijn, zodat je producten of diensten kan ontwikkelen die passen bij de behoeften van de doelgroep, ervoor te zorgen dat deze door hen worden gebruikt/geconsumeerd en winst te maken. Bij het bepalen van de doelgroep moet rekening worden gehouden met verschillende kenmerken (leeftijd, geslacht, interesses, land, economisch niveau, enz.).

Om te bepalen hoe aantrekkelijk jouw potentiële markt werkelijk is (je eigen wensen buiten beschouwing laten), raden we je aan een marktanalyse uit te voeren. Jouw onderzoek zal je leidraad zijn, terwijl je nadenkt over: hoe dringend hebben mensen je product nodig dat je op verkoopt of aanbiedt? Wat is je marktaandeel?; Betalen er al veel mensen voor producten of diensten die vergelijkbaar zijn met die van jou? Weet je al wie precies jouw doelgroep op de markt is? Hoe gemakkelijk is het (en hoeveel kost het je) om een klant te werven?

4.2.2. Stap 2: Wat is de waarde van je propositie?

Wat heeft mijn product/dienst nodig om goed uit te voeren ?

Dit zijn de belangrijkste vragen die in deze stap beantwoord moeten worden, dus de focus ligt op de toegevoegde waarde van je product/dienst, waarom zouden mensen het moeten kopen?.



Figuur 4.1. Business Model Canvas - YME Project

4.2.3. Stap 3: Waar verdien je geld aan?

Je moet precies afbakenen hoe je winst gaat maken, want wat je verdient, moet worden afgewogen tegen je kosten om echte winst te genereren. Doe je dit alleen via het ene product/dienst of voor meer activiteiten die je in jouw aanbieding wilt opnemen?

4.2.4. Stap 4: Verandering in de behoeften.

Je moet goed voorbereid zijn op veranderingen. De economische, politieke, sociale en persoonlijke situatie van de klanten kan van invloed zijn op hun behoeften en daarmee op jouw werk. Het is belangrijk om van tevoren te plannen (wat er logischerwijs in de toekomst kan gebeuren) om te kunnen anticiperen op de veranderende situatie en deze onder ogen te zien. Een goed 'business model' moet het overwegen van mogelijke gebeurtenissen omvatten, zodat ze goed kunnen worden aangepakt.

4.2.5. Stap 5: Netwerk - Hoe bereik ik het doel?

Deze stap is de sleutel en kan worden onderverdeeld in 2 sub stappen:

1. Fysiek bereik - hoe ga je jouw dienst/product leveren (d.w.z. winkel, detailhandelaar, online, enz.);
2. Bewustwording - Hoe ga je ervoor zorgen dat je doelgroep iets over jou weet? Hoe ga je zijn interesse wekken en behouden? Deze tweede sub stap moet verder worden uitgewerkt in de marketingstrategie.

4.2.6. Stap 6: Kern van het bedrijf - Wat doe je?

In deze stap moet je je voorstellen wat je belangrijkste activiteiten zullen zijn. Plannen wat je gaat doen is ook van fundamenteel belang om de kosten te bepalen.

4.2.7. Stap 7: Middelen

Beschik je al over middelen of moet je deze aanschaffen?

4.2.8. Stap 8: Partners

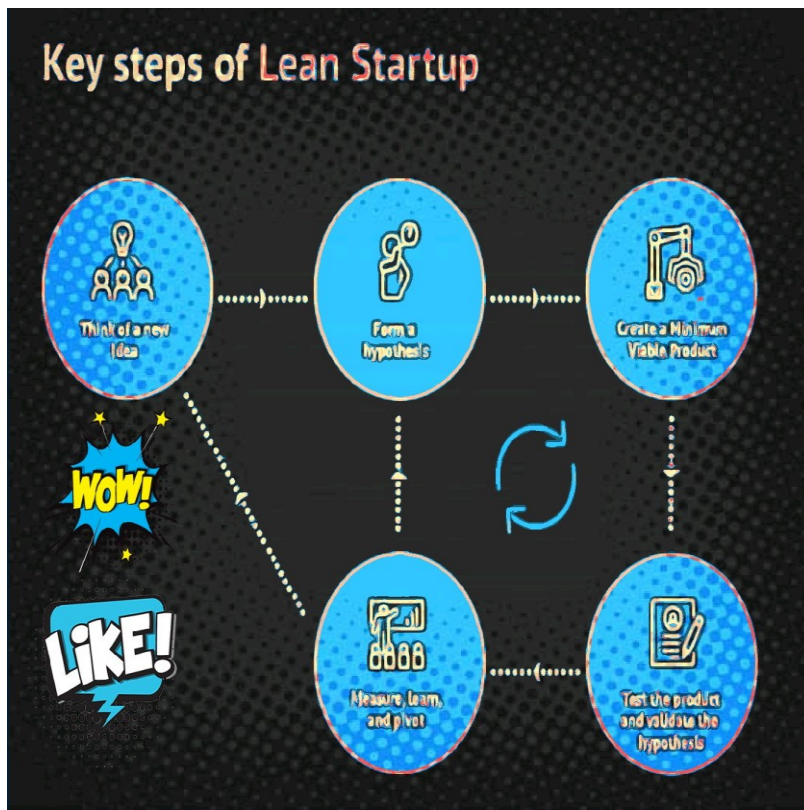
Om je bedrijf verder te ontwikkelen, heb je mogelijk de steun (financieel, intellectueel, middelen, enz.) nodig van andere bedrijven of mensen (misschien experts) die met je gaan samenwerken. Bij het zoeken naar een partner is het belangrijk om met hem/haar een goede relatie op te bouwen die gebaseerd moet zijn op duidelijke regels (schriftelijk overeengekomen voor aanvang van het partnerschap) en vertrouwen, dat alleen kan ontwikkelen met de tijd.

4.2.9. Stap 9: Kosten

Deze stap is erg belangrijk omdat het evenwicht met de inkomens de echte winsten zal vormen. Het is belangrijk om alle kosten voor elke geplande activiteit in detail te beschrijven, van de hogere tot de lagere. Het is belangrijk om in de kosten ook een bedrag op te nemen dat in geval van nood kan worden aangewend.

4.3. Lean Startup

Lean Startup uitgelegd in 5 minuten



Figuur 4.2 Belangrijkste stappen van Lean StartUp - YME-project

Introductie

'Lean Startup' is een methode voor bedrijfsontwikkeling die is ontworpen om de productontwikkelingscyclus te verkorten en het risico op mislukking te minimaliseren. De Lean Startup-methode is gebaseerd op experimenten, herhaalde kleinschalige productlanceringen in verschillende stadia van ontwikkeling c.q. voltooiing, continue raadpleging van het beoogde marktsegment en gevalideerde bevindingen. De methode (The Lean Startup) van Eric Ries (laat toe om het succes aan het eind te kunnen meten (via verkoop). De methode voorkomt ook dat je de verkeerde richting uitgaat en voorkomt het vroegtijdig uitgeven van grote bedragen.

Een centraal probleem van de startup dat met de grootste aandacht moet worden behandeld, is het begrijpen van de klant. Meestal falen startups die op aannames vertrouwen en objectieve marketingmethoden negeren. De meest voorkomende fout in deze gevallen is het egocentrisme van de ondernemer die gelooft dat zijn/haar behoeften en verwachtingen ook die van het klantsegment zijn. Een ondernemer moet weten wat consumenten echt willen, niet wat ze zeggen te willen, en ook niet wat de ondernemer vindt dat ze zouden moeten willen.

Als de mening van de consument wordt verwaarloosd en de ondernemer de verkeerde kant op gaat, zijn alle inspanningen duidelijk tevergeefs en zijn de bijbehorende kosten verspild. Bovendien moeten de behoeften van de consument (d.w.z. degene die echt belangrijk voor hem/haar zijn) prioriteit krijgen, zodat de meeste inspanningen gericht zijn op de belangrijke behoeften van de klant. De kern

van het idee van 'Lean Startup' is de vraag: Welke van de geleverde inspanningen zijn waardevolle creaties en welke vertegenwoordigen simpelweg verlies? Waardecreatie verwijst rechtstreeks naar deze functies en kenmerken en zullen voordelen opleveren voor de consument.

Met betrekking tot het belang van constant experimenteren, bevelen de 'Lean Startup'-experts aan om de startup of het product ervan te behandelen als een wetenschappelijk experiment, met hypothesen die moeten worden geverifieerd door het doen van experimenten. Een van de eerste acties van de ondernemer is de uitsplitsing van zijn/haar visie op zaken van de samenstellende elementen. Als een onderdeel een aanname is, moet het worden getest.

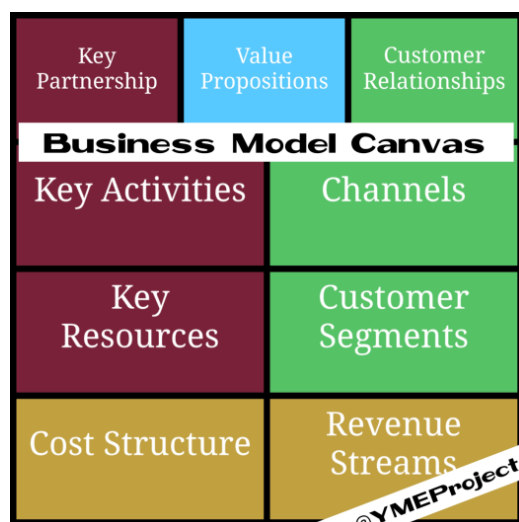
De Lean Startup-methode kent de volgende stappen:

- 4.3.1. Ontwerpen van het bedrijfsmodel;
- 4.3.2. Ontwikkeling van het consumentensegment;;
- 4.3.3. Bewaken van de voortgang van het opstarten.

4.3.1. Ontwerpen van het bedrijfsmodel (in Lean Startup)

Een bedrijfsmodel is een abstracte weergave van een bedrijf (in tekstuele en/of grafische vorm) van alle organisatorische, operationele en financiële structuren die essentieel zijn voor het functioneren van het bedrijf, ontworpen en ontwikkeld door een bedrijf (momenteel, maar ook in de toekomst), evenals de basisproducten/diensten die door het bedrijf worden vervaardigd/gedistribueerd/op de markt worden gebracht om de strategische doelstellingen te bereiken. Met andere woorden, het bedrijfsmodel geeft aan: de capaciteiten en middelen die nodig zijn om het bedrijf te runnen; hoe de geproduceerde waarde wordt gecreëerd en op de markt wordt gebracht; financiële stromen.

Het bedrijfsmodel moet duidelijk zijn en het mogelijk maken om de toekomstige ontwikkeling van het bedrijf te observeren. Het bijzondere belang van het bedrijfsmodel wordt gegeven door het gebruik ervan in de acties om de financiering te verkrijgen. Op basis van het bedrijfsmodel wordt de strategie van het bedrijf en vooral hoe het bedrijf waarde produceert voor klanten en hoe het voor zichzelf inkomsten genereert, vastgesteld. Een illustratie van de structuur van het bedrijfsmodel wordt weergegeven in figuur 1 hieronder.



Figuur 4.1. De structuur van het Business Canvas-model

Het is gebleken dat bedrijven die innoveren op het niveau van het bedrijfsmodel een hogere groeisnelheid hebben dan bedrijven die alleen innoveren of alleen een bekend bedrijfsmodel kopiëren. De niveaus waarop het bedrijfsmodel wordt geïnnoveerd, kunnen zijn:

- Financieel (verandering van de manier waarop de bedrijfsinkomsten worden gegenereerd door middel van nieuwe waarde proposities of nieuwe modellen die worden voorgesteld om de prijs van het product vast te stellen);
- Als bedrijf (heroverweging over de manier waarop de waarde binnen het bedrijf wordt gegenereerd, wat resulteert in de herziening van interne procedures en samenwerkingsprotocollen);
- Als een industrie (het bedrijfsmodel vertegenwoordigt een innovatie op het niveau van de economische sector of, maar dit gebeurt zelden, wordt er een nieuwe economische tak uitgevonden).

Het wordt aanbevolen om deze stappen (uiteengezet door belangrijke vragen) te volgen bij het invullen van het bedrijfsmodel format om beter te begrijpen hoe het bedrijf wordt uitgevoerd:

- Hoe bereik je jouw klanten? (methode, tijdrovend, betrokken personen)
- Als het klantcontact eenmaal tot stand is gebracht, hoe wordt het contact onderhouden en hoe worden de klantrelaties beheerd?
- Hoe word je inkomen gegenereerd?
- Wat is de prijs/opbrengst van het aangeboden product/dienst?
- Kunnen de bedrijfsopbrengsten worden berekend met een bepaalde nauwkeurigheid voor de volgende maand, half jaar of jaar?
- Welke activa (financieel, materialen, logistiek, etc.) zijn toegankelijk?
- Wie zijn de belangrijkste partners?
- Welke kernactiviteiten zijn nodig om de waarde propositie te realiseren?
- Wat zijn de vaste kosten?
- Wat zijn de variabele kosten? Kunnen deze worden berekend voor de volgende maand, half jaar of jaar?
- Kunnen de verwachte inkomsten wijzen op een verhoogde winstgevendheid tegen het einde van de beoordelingsperiode?

Alle categorieën die in het format van het bedrijfsmodel aan de orde komen, zijn belangrijk en moeten zorgvuldig en gedetailleerd worden behandeld, maar de waardepropositie is cruciaal voor het succes van het nieuwe bedrijf. Daarom moet het worden beschouwd als een centraal element van de strategie van het bedrijf.

De waardepropositie is een beknopte verklaring van een bedrijf die duidelijk aangeeft welke voordelen de consument heeft na aankoop van het product of dienst van dat bedrijf. De waardepropositie overtuigt de consument ervan dat het product of de dienst van het bedrijf meer waarde zal brengen (uitgedrukt in verschillende formaten) of veel beter zal voldoen aan hun behoeften dan andere producten of diensten die op de markt beschikbaar zijn..

De waardeproposities variëren aanzienlijk, afhankelijk van de bedrijfstak en het betreffende marktsegment. Het is belangrijk dat de waardepropositie wordt begrepen en dat deze betekenis heeft

voor de consument. Zo werd het concept van de waarde van de consument geïntroduceerd, namelijk het verschil tussen de voordelen van de consument en de bijbehorende kosten (inclusief de prijs). Daarom moet het bedrijf bij het formuleren van de waardepropositie door de ogen van de consument naar de voordelen van het product of de dienst kijken. Bovendien moet de rapportering naar het perspectief van de consument permanent gebeuren, omdat de economische, sociale, demografische, technologische context enz. steeds sneller en mettertijd verandert. Op een bepaald moment kan het bedrijf ontdekken dat de aangeboden voordelen niet langer van belang zijn voor de consument of dat het beoogde marktsegment is veranderd. Daarom moet de waardepropositie:

- * superieur zijn aan de concurrentie;

Maakt een duidelijke differentiatie van de concurrentie mogelijk en het bedrijf zal een duidelijke positie in de markt innemen;

- * een diepgaand begrip van de behoeften en wensen van de consument aangeven.

Meer specifiek is de waardepropositie, een verklaring die ten minste een van de volgende soorten voordelen moet bevatten: functioneel, emotioneel en zelfrepresentatie. De vragen die helpen bij het uitkristalliseren van de waardepropositie zijn de volgende:

- * Wat wordt de consument aangeboden?

- * Hoe bereikt het aanbod de consument?

- * Welke voordelen worden aangeboden?

- * Wat is er anders aan het aanbod van anderen op de markt?

Men mag niet vergeten dat het product of de dienst waarvoor de waardepropositie wordt geformuleerd, profiteert van de bijdrage van de Brand van het producerende bedrijf.

Hier zijn enkele voorbeelden van reclameslogans die zijn geïnspireerd door waardeproposities:

Activia [yoghurt met verteringsfermenten]: "Het welzijn komt van binnenuit";

Stejar [sterk bier]: "In wezen sterk";

MailChimp: "Betere e-mail verzenden";

Apple MacBook: "Licht. Jaren vooruit";

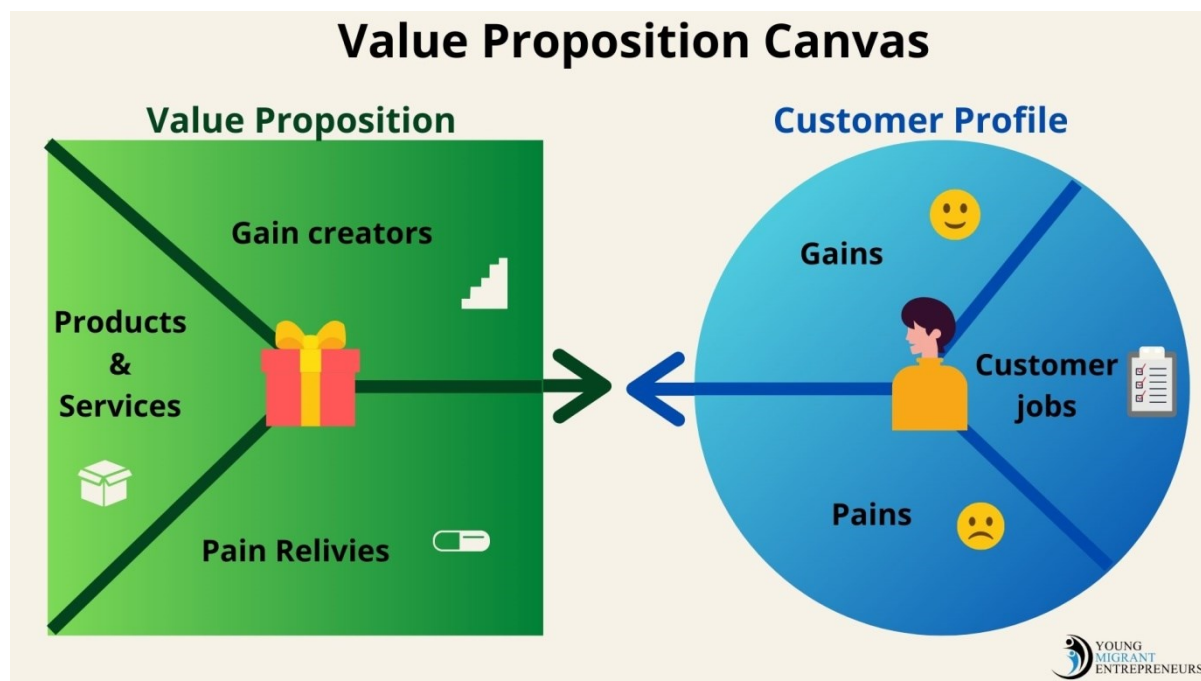
Vimeo: "Maak het leven de moeite waard om naar te kijken";

Weebly: "De eenvoudigste manier om een website te maken";

Uber: "Tik op de app, maak een rit";

Budweiser: "The Great American Beer".

Voor de uitwerking van een compleet en efficiënt waardevoorstel, word het Format van het Waardevoorstel aangeboden, weergegeven in figuur 2.



Figuur 4.3 gebaseerd op een format van Waardepropositie [strategyzer.com]

Zodra het bedrijfsmodel compleet is, gaat de ondernemer de levensvatbaarheid van het model controleren. De hypothesen die aan het model ten grondslag liggen, worden geïdentificeerd. De hypothesen zijn praktisch een reeks aannames over de evolutie van de markt, het gedrag van consumenten, enz. Voorbeelden van hypothesen zijn:

Consumenten willen het nieuwe product gebruiken en zijn bereid te betalen voor de aankoop van het product.

Supermarkten zijn geïnteresseerd in de distributie van het nieuwe product.

De marketingcampagne van het bedrijf vestigt de aandacht van de consument op het nieuwe product.

Er zijn twee algemene aannames voor startups:

- waarde hypothese;
- groei hypothese

Waarde Hypothese

Bij de waarde hypothese wordt getoetst of een product of dienst echt waarde biedt aan consumenten die er gebruik van maken. Testen gebeurt niet door consumenten te vragen of ze het product leuk vinden of dat het hen helpt. Echt testen betekent het organiseren van een experiment dat objectieve

parameters meet en bij voorkeur kwantificeerbaar is. Een objectieve parameter is bijvoorbeeld de levensduur van het product of de periode totdat de consument een vergelijkbaar product koopt.

Groei Hypothese

Bij de groei hypothese wordt getest hoe de nieuwe klanten het aangeboden product zullen ontdekken. Ook hier gaat het om een experiment, waarbij wordt geïdentificeerd hoe vorige afnemers het product ontdekten. Het kan o.a. worden gemeten door: hoe vaak gebruiken ze het product een tweede keer; hoe vaak vertellen ze anderen hoe goed het product is; enz.

Ongeacht de hypothese wordt het getest door middel van een experiment dat in detail en op objectieve basis is georganiseerd. Een hypothese wordt niet getoetst door een andere aanname op basis van de logica van de ondernemer. Als het consumentengedrag is geverifieerd, wordt er een experiment georganiseerd waarin de hypothese wordt gebruikt om een significant onderzoeksperceel voor het beoogde marktsegment te testen. De resultaten van de hypothesetests worden geëvalueerd vanuit het perspectief van hun bijdrage aan het succes van het bedrijf. Bovendien moeten de hypothesen waarvan wordt aangenomen dat ze de laagste waarschijnlijkheid hebben, worden geverifieerd!

Rekening houdend met alle aanname controles, wordt een beslissing genomen over de voortzetting van het business development-proces. Als alle hypothesen door de experimentele gegevens zijn bevestigd, wordt het proces voortgezet. Indien sommige van de aannames niet zijn bevestigd, rijst het probleem van het herzien of zelfs loslaten van het bedrijfsmodel. Wanneer de meeste hypothesen zijn bevestigd, wordt het model verbeterd en als er te weinig hypothesen zijn bevestigd, wordt het bedrijfsidee verlaten omdat het onzekerheidsniveau te hoog is.

4.3.2. Ontwikkeling van het consumentensegment

De ontwikkeling van consumentensegmenten is een stap in het ontwikkelingsproces van een startup waarvan wordt aanbevolen dat deze parallel loopt met de ontwikkeling van het nieuwe product. Het ontwikkelingsmodel van het consumentensegment is in wezen een reeks doelstellingen en benchmarks die van bijzonder belang zijn voor startups. Net als bij het bedrijfsmodel omvat het ontwikkelingsmodel van het consumentensegment een aantal aannames die rechtstreeks moeten worden geverifieerd bij het beoogde marktsegment.

Het belangrijkste doel van de ontwikkeling van het consumentensegment is een diepgaand begrip van het marktsegment, de behoeften en verwachtingen van de potentiële klanten. Zo kunnen de ondernemer en het productontwikkelingsteam zich concentreren op de werkelijke behoeften en verwachtingen van het beoogde marktsegment. Het is opmerkelijk dat de ontwikkelaars van het nieuwe product, net als degenen in marketing en sales, weten wat de belangrijkste kenmerken zijn (in de ogen van de koper) in de productklasse waarop ze zich richten. De maatstaf voor het belang van een kenmerk wordt niet gegeven door een reactie van de consument van het type "Ja, kenmerk X is belangrijk", maar door een categorisch antwoord: "Het product moet noodzakelijk kenmerk X hebben!". Ook moet worden bepaald hoeveel de consument bereid is te betalen voor de gewenste functie.

Degenen die het model voor de ontwikkeling van het consumentensegment hebben ontworpen beweren, dat door veel reële situaties is bevestigd, dat het model de focus van activiteiten op de echt belangrijke kwesties, de verkorting van de productontwikkelingscyclus en de snelle ontwikkeling van de startup mogelijk maakt.

De ontwikkeling van het consumentensegment is in het begin gericht op het identificeren van het klantprofiel dat geïnteresseerd is in het nieuwe product en op zijn probleem dat het nieuwe product volledig en op een hoger niveau gaat oplossen. Het is opmerkelijk dat voor deze actie geen lange lijsten met productkenmerken van potentiële kopers worden gemaakt.

De klant van een startup is geen doorsnee klant uit de mainstream, net als de klant waarop de grote bedrijven gericht zijn, die min of meer traditionele producten produceren, distribueren en op de markt brengen. Om zo'n andere klant tevreden te stellen, zou het nieuwe product extreem veel tijd kosten, gezien de mogelijkheden van een startup. Maar de klant van een startup is een persoon die de visie van de startup aanhangt en voor wie het nieuwe product voorziet in een belangrijke en vooral erkende behoefte. De klanten van een startup zijn geen grote groep, maar ze zijn voldoende om de feedback te geven die nodig is om het product te verbeteren en de verkoopstrategie efficiënter te maken.

Nu maakt de ondernemer een reeks aannames met betrekking tot het klantprofiel en zijn/haar motivaties bij de aankoop van het nieuwe product. Deze hypothesen moeten worden getest en er zullen iteratief correcties worden aangebracht in het profiel en de motivaties van de cliënt totdat de hypothesen zijn bevestigd.

De belangrijkste vragen tijdens deze stap zijn de volgende:

- Weet jij wie de klant is?
- Is het probleem geïdentificeerd dat de klant opgelost wil hebben?
- Is de klant zich volledig bewust van het acute belang van het probleem?
- Welke oplossingen hebben de hoofdgebruikers tot nu toe gevonden?
- Lost het nieuwe product het probleem van de klant volledig op?
- Is er voldoende informatie om een succesvol product op de markt te brengen?

Als de startup-structuur tot nu toe min of meer soepel was, brengt de ontwikkeling van het bedrijf een veel betere structuur met de differentiatie van de afdelingen productie, financiën, marketing, verkoop, administratie en personeelszaken. Deze stap is gebaseerd op de gevalideerde bevindingen van de vorige stappen, evenals de garantie van succes bevestigd door de eerste verkopen.

Uiteindelijk kan worden aangenomen dat de startup een goed gestructureerd en volwassen bedrijf is geworden dat zich richt op een grote markt. De ondernemer en de managers van de verschillende afdelingen geven de trial-and-error aanpak op ten gunste van een verhuizing op basis van de verklaarde missie van het bedrijf.

4.3.3. Bewaken van de opstartprocessen

De veelgemaakte fout van een ondernemer is het negeren van de tekenen van stagnatie en het onvermogen om te erkennen dat het een vergissing is om de huidige richting te blijven volgen. Er zijn maar weinig gevallen waarin het nieuwe product nul consumenten heeft en het duidelijk een mislukking is. In de meeste gevallen van mislukking heeft het nieuwe product een paar kopers, van wie het aantal niet toeneemt, maar de ondernemer blijft hopen op een wonder.

Om te voorkomen dat men in de verkeerde richting doorzet, wordt de voortgang bewaakt.

De fasen van bewaking zijn:

- Bepalen van het huidige niveau van het bedrijf (aantal klanten, inkomsten, etc.).
- De groeimotor van het bedrijf aanpassen om van het huidige niveau naar het ideale niveau te gaan.
- De beslissing: ga door met de gekozen strategie of draai een nieuwe richting in met een nieuwe strategie (pivot).

Elke verbetering van het product, marketingactie of elke andere activiteit van het bedrijf moet gericht zijn op het maximaliseren van een parameter van het groeimodel van het bedrijf. Die parameter moet meetbaar zijn. Bijvoorbeeld: het bedrijf past het product aan om het gemakkelijker te kunnen gebruiken. De doelparameter van het groeimodel is het aantal nieuwe klanten. Als de wijziging het aantal nieuwe klanten niet verhoogt, is de conclusie dat de wijziging een mislukking was.

Doorgaans leidt het verbeteren van het product in een grote organisatie met een geschiedenis op de markt tot positieve financiële resultaten, omdat de consument bekend is, de markt bekend en de technologie bekend is. Dit is niet het geval voor een startup, die met veel onbekenden te maken heeft. Bovendien vinden managers die uit het gebied van grote organisaties komen moeilijk te begrijpen dat de verbetering van radicaal nieuwe producten niet automatisch positieve financiële resultaten oplevert.

Een veelgemaakte fout is dat bij het evalueren van de prestaties van een bedrijf ijdelheidsparameters worden gebruikt die de evolutie van het bedrijf niet nauwkeurig weergeven. Bruikbare evaluatieparameters moeten worden gebruikt om een oorzaak-gevolg-verband te benadrukken. De ijdelheid-evaluatieparameters onthullen niet echt iets en nemen meestal toe, waardoor de illusie ontstaat dat de laatste acties van het bedrijf, wat die ook waren, ze veroorzaakten.

Bijvoorbeeld, een bedrijf dat verpakt voedsel verkoopt meet zijn prestaties in het aantal eindklanten. Op een gegeven moment merkt het bedrijf dat het aantal klanten toeneemt, maar de inkomsten dalen. Het voor de hand liggende antwoord wordt gegeven door de afname van de hoeveelheid verkochte producten, aangezien elke klant gemiddeld minder koopt. Het aantal klanten is dus een ijdelheidsparameter en de verkochte hoeveelheid is de parameter waarop actie kan worden ondernomen.

Duurzame groei heeft maar één regel: nieuwe klanten komen voort uit de acties van oude klanten. Oude klanten zorgen voor bedrijfsgroei via de volgende kanalen:

- mond-op-mond reclame;
- gebruik van het product in het openbaar;
- de reclame die wordt betaald uit de inkomsten van het product;
- herhaalde aankoop van het product.

De groei van het bedrijf wordt gerealiseerd met behulp van de groeimotor. De groeimotor van een bedrijf kan zijn:

- stroperige motor;
- viraal - groei verschijnt als een bijwerking van het gebruik van het product / de dienst;
- betaald - het bedrijf geeft een bedrag uit voor elke nieuwe klant.

Stroperige Motor;

In het geval van de stroperige motor zijn de actiegerichte parameters het aantal klanten dat het product of de dienst opgeeft per tijdseenheid (het 'uitschrijfpercentage') en het aantal nieuwe klanten per tijdseenheid (het percentage nieuwe klanten). Bedrijven die deze motor gebruiken, groeien echt wanneer het aantal nieuwe klanten hoger is dan het percentage uitschrijvingen. Deze groeimotor is specifiek voor mobiele bedrijven, internetproviders, kabeltelevisieaanbieders, enz.

Virale Groei

Virale groeimotor betekent niet noodzakelijkerwijs mond-op-mond-reclame, maar veel meer. Het gebruik van het product door een consument trekt de aandacht van een toekomstige consument. Voorbeelden van dergelijke diensten zijn: sociale netwerken, gratis e-mail etc. Voorbeelden zijn ook op het gebied van producten: Tupperware via het promotiesysteem door middel van presentaties thuis voor vrienden, burens etc..

Veel bedrijven die afhankelijk zijn van de virale groeimotor, brengen gebruikers niet rechtstreeks kosten in rekening om langdurig gebruik van het product/dienst te stimuleren en om het hoofd te bieden aan de concurrentie die het product/dienst gratis aanbiedt. De inkomsten van het bedrijf komen uit de extra advertenties die in hun diensten zijn opgenomen.

Betaalde Groei

De betaalde groeimotor gaat ervan uit dat de organisatie geld investeert in reclame, consumentgerichte marketing, etc. De organisatie groeit als de behaalde inkomsten significant hoger zijn dan de directe, indirecte kosten en advertentiekosten, allemaal gerelateerd aan de eenheid (product).

ATTENTIE! De groeimotor (ongeacht het type) van het bedrijf stopt onvermijdelijk als het aantal nieuwe klanten afneemt.

De derde fase van bewaking is de beslissing met betrekking tot het handhaven van de huidige strategie of het uitvoeren van een pivot (koerswijziging). In feite is het niet slechts een enkele beslissing die slechts op één moment wordt genomen, maar de gebruikelijke benadering van dit probleem periodiek (een paar weken). In het geval dat het bedrijf de koers moet wijzigen, moet de startup rekening houden met de beschikbare middelen. Als deze onvoldoende zijn, moeten de kosten worden verlaagd of moet er nieuw geld gegenereerd worden. Kostenreductie moet zorgvuldig gebeuren, aangezien het gevaar bestaat dat zelfs activiteiten die essentieel zijn voor de ontwikkeling van de startup, worden beïnvloed.

Pivoteren is geen eenvoudige handeling en zit boordevol emoties. Veel ondernemers kunnen het niet uitvoeren en eindigen in een mislukking. Andere ondernemers slagen erin om het te doen, maar doen het te laat en falen of herstellen, maar met grote verliezen.

Pivoteren komt vaker voor in de vroege ontwikkelingsfasen van een startup, maar ook grote bedrijven die goed in de markt verankerd zijn, kunnen pivoteren. Pivoteren is geen verandering omwille van verandering, maar een structurele verandering, goed doordacht en uitgevoerd volgens een duidelijke strategie. In wezen is pivoteren een experiment dat een nieuwe hypothese over een product, markt of bedrijf test.

Hier zijn enkele voorbeelden van pivoteren:

- gericht op vereenvoudiging (de niet-essentiële kenmerken van het product/de dienst worden geëlimineerd);
- gericht op versterking (het product/de dienst moet nieuwe functies en kenmerken krijgen om levensvatbaar te worden);
- gericht op een nieuw marktsegment (het product/de dienst is levensvatbaar, maar niet voor het aanvankelijk beoogde segment);
- gericht op een nieuwe behoefte van het segment (de behoefte aan het product is niet essentieel, in plaats daarvan is er een nieuwe behoefte ontdekt, ontevreden over een ander product of dienst);
- pivoteren van een solo product naar een product platform;
- gericht op het winstgevendende model (verkoop in grote hoeveelheden met een kleine winstmarge of verkoop in kleine hoeveelheden met een grote winstmarge);
- pivoteren van de waardepropositie;
- pivoteren van de groeimotor;
- pivoteren van het distributiekanaal;
- pivoteren van het type technologie.

4.3.4. Voorbeelden van toepassing van de 'Lean Startup' methode

Een goed voorbeeld is Dropbox.

Het idee van oprichter Drew Houston kwam voort uit het feit dat hij meerdere computereenheden gebruikte en bestanden moest uitwisselen tussen deze verschillende eenheden om ze gesynchroniseerd te houden en soms verloor hij de geheugenstick waarmee hij bezig was. Deze

situatie is een typisch geval voor het genereren van een succesvol bedrijfsidee, namelijk het vinden van een zeer vervelend persoonlijk probleem, dat de ondernemer motiveert om het op te lossen (tevens dus een persoonlijke uitdaging is). Zo werd het basisconcept geschetst: een Cloud gebaseerde dienst die automatisch bestanden synchroniseert op verschillende apparaten. Verbetering van het concept en gedetailleerd ontwerp werd bereikt door de voortdurende raadpleging van toekomstige gebruikers met de beschrijvingen op verschillende blogs en websites. Omdat het moeilijk zou zijn geweest om aan regelmatige financiering te komen, werd een "seed accelerator" ("opstartversneller") gebruikt. Benadrukt moet worden dat niet elk idee wordt gefinancierd via een "seed accelerator" en zelfs het acceptatiepercentage is 1 - 3%. De extra functies werden geleidelijk geïntegreerd, maar in hoog tempo en het bedrijf is in slechts 15 maanden gegroeid van 100.000 naar 4 miljoen gebruikers.

Webvan is een negatief voorbeeld

Webvan: Een "doe dat niet", waarschijnlijk een van de grootste mislukkingen van het dotcom-tijdperk. Het bedrijf is halverwege de jaren negentig opgericht om consumenten de mogelijkheid te bieden online eten te kopen met bezorging binnen maximaal 30 minuten. Het concept is verfijnd en er is een businessplan opgesteld om indruk te maken op investeerders. En het was echt onder de indruk, want in 3 jaar tijd hebben ze honderden miljoenen dollars geïnvesteerd. De investeerders waren investeringsfondsen, een bank en het grote publiek na de beursnotering. De aanwezigheid van investeringsfondsen was op zich geen vergissing, maar creëerde een ongezond klimaat door de dringende vraag naar grote en directe winsten. Zonder al te veel aan het businessmodel te werken, begon het bedrijf te snel te groeien: het verspreidde zich over een te groot grondgebied, zonder zelftesten in een klein gebied, en creëerde vanaf het begin een gigantische infrastructuur (enorm geautomatiseerd systeem en een indrukwekkend wagenpark en bedrijfsvoertuigen). Bovendien verwierf het HomeGrocer, een soortgelijk bedrijf, wat een extra financiële inspanning betekende. De markt werd ook niet erg goed geanalyseerd, omdat ze zich richtten op het hoofdsegment van de markt (consumenten die geïnteresseerd zijn in lage prijzen) en niet op de rijkste. Uiteindelijk ging Webvan failliet en verloor \$ 800 miljoen. Het feit dat het idee van online handel met voedsel echt waardevol is, werd later bewezen door de successen van Instacart en Picnic.

Bereid je voor op vallen en opstaan

Of je nu jouw eerste of jouw derde bedrijf start, verwacht fouten te maken. Dit is natuurlijk en zolang je ervan leert ook gunstig. Als je geen fouten maakt leer je niet wat je minder moet doen en/of wat je moet benadrukken. Wees ruimdenkend en creatief, pas je aan, zoek naar kansen en heb vooral plezier!

Het mooie van het hebben van een eigen bedrijf is dat je kunt beslissen wat je wilt doen en waar je wil groeien.

Hoofdstuk 5. Ondernemerswetten, regels, voorschriften en belastingen

Formeel stappenplan: Start je eigen bedrijf

Hoe start je formeel jouw eigen bedrijf? Waar begin je? En met welke regels, wet- en regelgeving moet je rekening houden? Het zijn vragen die veel startende ondernemers zichzelf stellen. Met dit stappenplan maken wij u officieel en fiscaal klaar voor de start van uw bedrijf in de volgende landen: Verenigd Koninkrijk, Nederland, Roemenië, Italië, Turkije.

5.1. Stapsgevijs

5.1.1. Stap 1: Kies een rechtsvorm

Bij het starten van een bedrijf moet je een rechtsvorm kiezen. Bijvoorbeeld een eenmanszaak of een besloten vennootschap. Dit verschilt per land. Kies een rechtsvorm die het beste bij jouw situatie past. Kijk bijvoorbeeld hoe je de aansprakelijkheid wilt regelen, hoe de toekomst eruit ziet en wat fiscaal voordelig voor je is. Hieronder hebben we een beschrijving gemaakt van de rechtsvormen in elk land. Het Verenigd Koninkrijk ([paragraaf 5.2](#)), Nederland ([paragraaf 5.3](#)), Italië ([paragraaf 5.4](#)), Roemenië ([paragraaf 5.5](#)) en Turkije ([paragraaf 5.6](#)) hebben in dit hoofdstuk elk hun eigen stappenplan.

5.1.2. Stap 2: Registreer je bedrijf officieel

Je moet jezelf goed voorbereiden om je bedrijf te starten. Je bedrijf moet aan de allerlei eisen voldoen om te starten. Je moet je bedrijf registreren bij de juiste instantie, meestal de Kamer van Koophandel, om je administratie officieel en correct te organiseren.

5.1.3. Step 3: Fiscale regelgeving en boekhouding (btw-identificatienummer en btw-nummer)

Door bedrijven en particulieren verschuldigde belastingen en bijdragen worden gecodificeerd in de nationale fiscale code. In de paragraaf van elk land wordt het fiscale regime voor bedrijven en zelfstandigen gedefinieerd, bijv. vennootschapsbelasting (belastbare winst), dividendbelasting (dividenduitkeringen door de onderneming aan geassocieerde deelnemingen of aandeelhouders), belasting over de toegevoegde waarde (btw, te betalen door alle eindverbruikers, met soms de mogelijkheid om rechtsvormen en/of startups vrij te stellen). Bovendien betalen werknemers ook twee belastingen over hun salaris, bijv. inkomstenbelasting (te betalen over belastbaar inkomen, verschilt voornamelijk van bruto-inkomen doordat het wordt berekend over het inkomen na betaling van de verplichte sociale en zorg premies).

De bijdragen aan sociale (en zorg) verzekeringen zijn 25% + 10% + 2,25% - de laatste wordt betaald door de werkgever.

5.1.4. Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan

Starters zijn soms bang om een bedrijfsplan te schrijven. Maar als je dit serieus neemt, lees dan eerst [hoofdstuk 4](#): Het kan je veel winst opleveren:

- Je brengt jouw zakelijke kansen in kaart
- Je krijgt een goed beeld van jouw risico's
- Je weet wie jouw potentiële klanten zijn
- Je bent op de hoogte van relevante marktontwikkelingen
- Je maakt meer indruk op potentiële investeerders
- Zie ook 'Tips and Tricks', [hoofdstuk 6](#)

In de meeste gevallen heb je geen diploma of beroepskwalificatie nodig om een bedrijf te starten, maar in sommige gevallen zijn voor bepaalde beroepen een diploma of beroepskwalificatie of bepaalde certificaten vereist.

5.1.5. Stap 5: Een zakelijke rekening openen (leningen en subsidies)

Het openen van een zakelijke rekening is vaak de volgende logische stap. Zakelijk bankieren is een goede manier om overzicht te houden over je inkomsten en uitgaven. Dit voorkomt ook dat jouw zakelijke en privé-administratie hopeloos door elkaar lopen (in elke paragraaf wordt een landelijke regeling genoemd met bijzondere ondernemersregelingen).

5.1.6. Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen (bijv. *Bouwvergunning, etc.*)

Als ondernemer moet je soms rekening houden met het aanvragen van vergunningen. Denk aan een bouwvergunning als je een bedrijfspand wilt renoveren. De procedures zijn in elk EU-land anders. In elke paragraaf van het desbetreffende land worden de betreffende instellingen en/of gemeenten vermeld.

Milieubescherming

Bij het opzetten van een bedrijf speelt het vestigen van een fysieke locatie een grote rol. Er moet een bestemmingsplan worden overwogen om vooruit te komen met je bedrijf, als je van plan bent jouw bedrijf op een bepaalde locatie te vestigen. Daarnaast hebben ondernemers vaak te maken met milieuregels op het gebied van geluid, energie en afval. De regels die op u van toepassing zijn, kunnen per regio, vakgebied en type bedrijf verschillen.

5.1.7. Stap 7: Privacy / bescherming van persoonlijke gegevens en het maken van een zakelijke website

Tegenwoordig kan een bedrijf niet meer zonder een zakelijke website, die je vervolgens kunt promoten op de bekende social media. Je moet de nationale wetten naleven met betrekking tot privacy, bescherming van persoonsgegevens en cookies.

Je kunt de website laten ontwerpen door een professioneel bureau of - als je een beetje handig bent - zelf een (iets eenvoudiger) variant maken. Het hangt af van je specifieke wensen en budget of dit een wenselijk alternatief is.

SEO-bestendige website

Zorg ervoor dat de inhoud (teksten, afbeeldingen, etc.) voldoet aan de huidige SEO-trends, zodat de website bij de eerste zoekresultaten in Google verschijnt. Hiervoor kun je ook een gespecialiseerde tekstschrijver inhuren.

5.1.8. Stap 8: Verzekering

Een ongeval - of het nu een lichamelijk of psychisch probleem is - zit in een klein hoekje. Waar je als werknemer nog kon rekenen op de steun van je werkgever, ben je als ondernemer zelf verantwoordelijk voor de (financiële) gevolgen van ziekte en ongevallen.

5.1.9. Stap 9: Human Resources Management

Het Human Resources Management is volledig gericht op je personeelszaken

5.1.10. Stap 10: Patenten en Brands

Intellectueel eigendom is iets unieks dat je fysiek creëert. Copyright, auteursrecht, patenten, ontwerpen en handelsmerken zijn alle soorten bescherming van intellectuele eigendom. Het is een alleenrecht, om de enige partij te zijn die de vruchten kan plukken van een intellectuele prestatie. Openbare informatie over je IP kan een bron van inspiratie zijn voor anderen bij het ontwikkelen van hun eigen producten

5.2. Stapsgevijs Verenigd Koninkrijk

[5.2.1. Stap 1: Kies een rechtsvorm](#)

[5.2.2. Stap 2: Schrijf je bedrijf officieel in bij de Kamer van Koophandel](#)

[5.2.3. Stap 3: Fiscale regelgeving en boekhouding](#)

[5.2.4 Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan](#)

[5.2.5. Stap 5: Een zakelijke rekening openen](#)

[5.2.6. Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen](#)

[5.2.7. Stap 7: Privacy / bescherming van persoonlijke gegevens \(een zakelijke website maken\)](#)

[5.2.8. Stap 8: Verzekering](#)

[5.2.9. Stap 9: Human Resources Management](#)

[5.2.10. Stap 10: Patenten en Merken](#)

Introductie

Als het gaat om het starten van een bedrijf in het Verenigd Koninkrijk (VK), dan moet je rekening houden dat er meer wetten, regels en voorschriften zijn in alle naties die deel uitmaken van het VK (Engeland, Noord-Ierland, Schotland en Wales). Dit maakt het proces ingewikkelder, maar er is altijd ondersteuning en hulp voor iedereen die het nodig heeft of zoekt. Het is misschien een vervelende taak, maar met de juiste mentaliteit kan alles worden bereikt. Her Majesty's Revenue and Customs (HMRC) is de belangrijkste juridische entiteit die alles moet doorlopen voordat een bedrijf kan worden gestart, maar aangezien zij de belangrijkste instantie zijn, zullen ze er alles aan doen om je te helpen eventuele problemen op te lossen die jouw weg naar succes blokkeren, net als een kleinere juridische entiteit genaamd "Companies House".

Als je jezelf afvraagt hoe je een bedrijf moet starten, zijn er enkele belangrijke beslissingen die je moet nemen voordat je begint. Naast jouw product of dienst, wil je misschien de naam van jouw bedrijf, de structuur en de manier waarop je het gaat runnen kiezen. Het is ook belangrijk om na te denken over hoe je klanten gaat aantrekken en waar je het geld vandaan haalt om op te starten. Mogelijk moet je jouw basisbedrijfsidee onderzoeken en ontwikkelen, bedenken hoe je jouw bedrijf gaat noemen en beslissen welke vorm het zal gaan aannemen. Het is belangrijk om goed na te denken over jouw product of dienst, doelgroep en waardoor je jezelf onderscheidt van de massa. Op dit punt is het de moeite waard om na te denken over hoe je jouw startup gaat financieren en welk effect dit zal hebben op je persoonlijke financiën totdat er winst wordt gemaakt.

5.2.1. Stap 1: Kies een rechtsvorm

Je moet de juiste juridische structuur kiezen die bij jouw omstandigheden past en deze registreren bij HM Revenue and Customs (HMRC). HMRC is een niet-ministeriële afdeling van de Britse regering die

verantwoordelijk is voor de inning van belastingen, de betaling van bepaalde vormen van staatssteun en het beheer van andere regelgevende regimes, waaronder het nationale minimumloon.

Klik om [de gids voor juridische bedrijfsformulieren te openen](#).

In het VK heb je rechtsvormen zonder rechtspersoonlijkheid en met rechtspersoonlijkheid. Deze verschillen in Engeland, Wales, Noord-Ierland en Schotland. Er zijn een groot aantal bedrijven die kunnen worden gestart in het VK, zoals: Public Limited Company (PLC), Private Company Limited by Shares (LTD), Company Limited by Guarantee, Unlimited Company (UNLTD), Limited Liability Partnership (LLP), Community Interest Company, Industrial and Provident Society (IPS), Royal Charter (RC)... en nog veel meer.

Unincorporated legal forms (Rechtsvormen zonder rechtspersoonlijkheid)

Het onderscheidende kenmerk van vormen zonder rechtspersoonlijkheid is dat ze geen afzonderlijke rechtspersoonlijkheid hebben. Er zijn drie hoofdvormen:

Sole Trader (Eenmanszaak)

Dit is de eenvoudigste manier om een bedrijf op te zetten en te runnen: eigendom en controle over het bedrijf berust bij één persoon. Het zijn van een eenmanszaak is inherent riskant omdat het individu niet gescheiden is van het bedrijf en als enige onbeperkte persoonlijke aansprakelijkheid heeft voor het bedrijf, zijn schulden en contractuele verplichtingen, en eventuele vorderingen ertegen. Ze zijn eigenaar van alle activa van het bedrijf en kunnen er naar believen over beschikken, en mogen personeel in dienst hebben en onder een handelsnaam handelen. Het is echter onwaarschijnlijk dat de status van eenmanszaak geschikt zal zijn voor bedrijven die meer dan een klein niveau van externe investeringen nodig hebben - aangezien het bedrijf zonder rechtspersoonlijkheid het lenen beperkt en het bedrijf verhindert om eigen vermogen aan te trekken door aandelen uit te geven.

De regelgeving voor de eenmanszaak is minimaal: Er is geen vereiste voor een formele statuten voor het bedrijf en het is niet nodig om rekeningen en aangiften bij Companies House te registreren of in te dienen. Eenmanszaken worden door HMRC als zelfstandige behandeld en moeten zich registreren en jaarlijks een belastingaangifte doen - winst uit het bedrijf wordt behandeld als persoonlijk inkomen dat is onderworpen aan inkomstenbelasting en premies volksverzekeringen.

Unincorporated Association (Vereniging zonder rechtspersoonlijkheid)

Verenigingen zonder rechtspersoonlijkheid zijn groepen die overeenkomen, of een 'contract sluiten', om samen te komen voor een specifiek doel. Ze hebben normaal gesproken statuten waarin het doel van de vereniging is vastgelegd en de regels voor de vereniging en haar leden. Ze worden doorgaans bestuurd door een directiecomité. Alle leden van het directiecomité zullen opnieuw onbeperkt persoonlijk aansprakelijk zijn, tenzij ze specifiek vrijgesteld worden in de statuten. Net als bij een eenmanszaak, is er een beperking op het aantrekken van financiering, is er minimale regelgeving en een belastingstatus als zelfstandige voor leden van het managementcomité.

Vennootschap (Partnership)

Een partnerschap is een relatief eenvoudige manier voor twee of meer rechtspersonen om samen een bedrijf op te zetten en te runnen met het oog op winst. Een Vennootschap kan ontstaan, zonder enige formele overeenkomst, wanneer mensen een gemeenschappelijk bedrijf uitoefenen, maar meestal is er overeenstemming om als vennootschap te handelen. Vennoten zullen meestal een juridisch bindende samenwerkingsovereenkomst opstellen, waarin zaken worden uiteengezet zoals de hoeveelheid kapitaal die door elke vennoot wordt ingebracht en de manier waarop zij de winsten (en verliezen) van het bedrijf zullen delen. Ook hier heeft het vennootschap geen aparte rechtspersoonlijkheid. Vennoten delen de risico's, kosten en verantwoordelijkheden van zakendoen. Omdat vennoten over het algemeen de gevolgen van elkaars beslissingen dragen, beheren vennoten het bedrijf meestal zelf, hoewel ze werknemers kunnen aannemen. Vennoten zamelen gewoonlijk geld in voor het bedrijf uit hun eigen vermogen en/of met leningen, hoewel het opnieuw zonder rechtspersoonlijkheid is om leningen in de praktijk te beperken, en omdat het geen bedrijf met een aandelenkapitaal is, kan het bedrijf zelf geen eigen vermogen aantrekken door aandelen uit te geven.

Elke vennoot is zelfstandige en betaalt op deze basis belasting over zijn aandeel in de winst: het vennootschap zelf en elke individuele vennoot moeten jaarlijkse self-assessments indienen bij HMRC, en het vennootschap moet een administratie bijhouden met de bedrijfsinkomsten en -uitgaven.

Andere rechtspersonen dan individuen - zoals naamloze vennootschappen of vennootschappen met beperkte aansprakelijkheid - kunnen ook vennoten zijn in een maatschap. Ze worden behandeld als elke andere vennoot, behalve dat ze aanvullende belasting- en rapportageverplichtingen hebben - bedrijven moeten bijvoorbeeld vennootschapsbelasting betalen in plaats van inkomstenbelasting over hun winst uit het vennootschap.

Beperkt Vennootschap (Limited Partnership)

Niet te verwarren met een Vennootschap met beperkte aansprakelijkheid (zie hieronder) - een commanditaire vennootschap heeft twee soorten vennoten: algemene vennoten en commanditaire vennoten. De rechtsvorm is vergelijkbaar met een maatschap, met als belangrijkste verschil dat de commanditaire vennoten mogelijk niet betrokken zijn bij het beheer van het bedrijf en dat hun aansprakelijkheid beperkt is tot het bedrag dat zij in de maatschap hebben geïnvesteerd. Merk op dat commanditaire vennoten anders zijn dan 'slapende' vennoten in een vennootschap of commanditaire vennootschap, die niet deelnemen aan het runnen van het bedrijf, maar volledig aansprakelijk blijven voor hun schulden. Beperkte vennootschappen moeten zich registreren bij Companies House en komen pas tot stand nadat ze zijn geregistreerd. Wijzigingen in het vennootschap moeten ook worden geregistreerd.

Trust (Trust)

Trusts zijn zonder rechtspersoonlijkheid en hebben geen eigen juridische identiteit. Het zijn in wezen legale middelen om activa aan te houden om de juridische eigendom te scheiden van de economische belangen. Een trust houdt activa aan namens een persoon of een andere organisatie en bepaalt hoe ze moeten worden gebruikt. Een trust wordt beheerd door een kleine groep mensen, trustees genaamd, die wettelijk verantwoordelijk zijn voor het beheer van de trust en persoonlijk aansprakelijk zijn voor

alle schulden of vorderingen die niet kunnen worden voldaan uit de eigen middelen van de trust. Trusts maken hun eigen set regels - vastgelegd in een trust akte - die de doelstellingen van de trust bepalen en kunnen worden gebruikt om ervoor te zorgen dat activa en winsten voor een bepaald doel worden gebruikt. Trusts halen doorgaans geen financiering op - ze beheren gewoon activa en keren geen winst uit. Trusts worden vaak gebruikt in combinatie met verenigingen zonder rechtspersoonlijkheid, die zelf geen eigendom kunnen hebben.

Incorporated legal forms (Geïncorporeerde rechtsvormen)

Limited Company (Naamloze Vennootschap)

De naamloze vennootschap is de meest voorkomende rechtsvorm die wordt gebruikt voor het runnen van een bedrijf. Bedrijven worden 'opgericht' om een entiteit te vormen met een afzonderlijke rechtspersoonlijkheid. Dit betekent dat de organisatie onder eigen naam zaken kan doen en contracten kan aangaan. Bij oprichting onder de Companies Act 2006 moet een bedrijf over twee oprichtingsdocumenten beschikken:

- een Memorandum, waarin wordt vastgelegd dat de oorspronkelijke leden (de ondergetekenden) een bedrijf willen vormen en ermee instemmen lid te worden. Het memorandum kan niet worden gewijzigd; en
- Statuten - vaak gewoon de statuten genoemd - die in wezen een contract zijn tussen het bedrijf en zijn leden, waarin de wettelijk bindende regels voor het bedrijf worden vastgelegd, inclusief het kader voor beslissingen, eigendom en zeggenschap.

De Companies Act 2006 biedt aanzienlijke flexibiliteit om artikelen op te stellen die voldoen aan de specifieke behoeften van het bedrijf, op voorwaarde dat het handelt binnen de wet.

Een naamloze vennootschap is eigendom van haar leden - degenen die in het bedrijf hebben geïnvesteerd - en, zoals de naam al doet vermoeden, genieten zij beperkte aansprakelijkheid - dat wil zeggen dat de financiën van het bedrijf zijn gescheiden van de persoonlijke financiën van hun eigenaren en als algemene regel kunnen schuldeisers van het bedrijf alleen de activa van het bedrijf nastreven om een schuld af te lossen. De persoonlijke bezittingen van de eigenaren lopen geen risico.

Er zijn twee mechanismen voor bedrijfslidmaatschap: Een Vennootschap gelimiteerd door aandelen en een Company Limited by Guarantee (Vennootschap met beperkte aansprakelijkheid).

Company Limited by Shares (Vennootschap gelimiteerd door aandelen)

De meeste bedrijven vallen in deze categorie. Leden bezitten elk een of meer aandelen in het bedrijf en worden daarom aandeelhouders genoemd. De beperkte aansprakelijkheid van aandeelhouders betekent dat ze alleen verliezen wat ze al hebben geïnvesteerd of toegezegd te investeren (onbetaalde bedragen op aandelen).

Company Limited by Guarantee (Vennootschap met beperkte aansprakelijkheid)

Leden van het bedrijf geven een garantie voor het betalen van een vast bedrag als het bedrijf failliet gaat. Een bedrijf moet minstens één vennoot hebben. In een vennootschap gelimiteerd door aandelen heeft elk aandeel gewoonlijk een stemrecht, zodat de vennoten kunnen stemmen over belangrijke

beslissingen die van invloed zijn op het bedrijf. De regeling is normaal gesproken één aandeel één stem, hoewel veel bedrijven verschillende soorten aandelen zullen creëren waaraan verschillende stemrechten zijn verbonden. In een vennootschap met beperkte aansprakelijkheid is de regeling gewoonlijk één lid één stem.

Het dagelijkse bestuur van een onderneming staat in naam gescheiden van haar eigendom en wordt uitgevoerd door een bestuurder of een raad van bestuur, met als kernprincipe dat zij handelen in het belang van de onderneming en haar leden. Bestuurders kunnen echter ook lid zijn, dus de eenvoudigste vorm van een Naamloze Vennootschap is een enkel lid dat eigenaar is van het hele bedrijf en tevens de enige bestuurder. Een bedrijf moet ten minste één bestuurder hebben (openbare bedrijven die hieronder worden beschreven, moeten er twee hebben) en ten minste één bestuurder moet een echte persoon zijn.

In een Vennootschap met beperkte aansprakelijkheid komt de financiering van de leden, van leningen of van winsten die in het bedrijf worden behouden als werkkapitaal. Een Vennootschap gelimiteerd door aandelen kan ook kapitaal ophalen van aandeelhouders in ruil voor een belang in het bedrijf - eventuele winsten uit het bedrijf worden gewoonlijk aan aandeelhouders uitgekeerd in de vorm van dividenden, met uitzondering van winsten die in het bedrijf worden behouden als werkkapitaal. Naamloze vennootschappen hebben een grotere capaciteit om zichzelf te financieren met leningen dan bedrijven zonder rechtspersoonlijkheid, aangezien ze hun activa kunnen gebruiken als zekerheid voor leningen, waardoor een 'last' op de activa van het bedrijf ontstaat. Deze kosten worden geregistreerd bij Companies House, waardoor transparantie wordt geboden over de omvang van het beveiligde krediet van een bedrijf. Kredietverstrekkers, waaronder banken en hypotheekbanken, zullen daarom doorgaans een voorwaarde stellen voor het verstrekken van een zakelijke lening.

Een rechtsvorm met beperkte aansprakelijkheid is onderworpen aan strengere regelgevingsvereisten dan een rechtsvorm zonder rechtspersoonlijkheid: grotere verantwoordingsplicht en transparantie is de prijs die moet worden betaald ten behoeve van beperkte aansprakelijkheid. Verantwoording is zowel aan de aandeelhouders van het bedrijf als aan het publiek dat mogelijk zaken met het bedrijf wil doen. Bedrijven zijn geregistreerd bij Companies House en het is de verantwoordelijkheid van de bestuurders om de openbare registers van het bedrijf bij te houden - inclusief jaarrekeningen en een jaarlijkse aangifte over het bedrijf - en om deze in te dienen bij Companies House. Zij moeten Companies House op de hoogte brengen van wijzigingen in de structuur en het beheer van het bedrijf. Als een bedrijf een belastbaar inkomen of winst heeft, moeten zij dit doorgeven aan HMRC en is het onderworpen aan vennootschapsbelasting. Bedrijven die vennootschapsbelastingplichtig zijn, moeten jaarlijks aangifte doen bij HMRC.

Een Vennootschap gelimiteerd door aandelen is ofwel een besloten vennootschap (Ltd) of een naamloze vennootschap (Plc). Het belangrijkste verschil is dat de naamloze vennootschap aandelen te koop mag aanbieden aan het publiek. De besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid is de meest voorkomende rechtsvorm die door de overgrote meerderheid van bedrijven wordt gebruikt - variërend van een bedrijf met een enkele aandeelhouder tot grote bedrijven die grote investeringen van privévermogen hebben aangetrokken.

Limited Liability Partnership (Vennootschap met beperkte aansprakelijkheid)(LLP)

Een Limited Liability Partnership is een rechtspersoon met een aparte rechtspersoonlijkheid vergelijkbaar met een bedrijf. Anders dan bij een normaal vennootschap genieten de leden van een LLP een beperkte aansprakelijkheid, zoals de naam suggereert - aansprakelijkheid is beperkt tot het bedrag dat ze in het bedrijf hebben geïnvesteerd en tot eventuele persoonlijke garanties die ze hebben gegeven om financiering aan te trekken. Elk lid ontvangt een gelijk deel van de winst, tenzij in de ledenovereenkomst anders is bepaald.

Net als bij een vennootschap, moet elk niet-zakelijk lid van een LLP zich als zelfstandige registreren bij HMRC en zowel het LLP zelf als elk individueel lid moeten jaarlijks een self-assessment aanleveren bij de HMRC. Niet-zakelijke leden van een LLP betalen inkomstenbelasting en premies volksverzekeringen over hun aandeel in de winst. Bovendien moeten LLP's rekeningen en jaarlijkse aangiften registreren en indienen bij Companies House. Minstens twee leden moeten "aangewezen leden" zijn die aanvullende verantwoordelijkheden hebben - zij benoemen auditors en tekenen en deponeren de rekeningen bij Companies House.

Limited Liability Partnerships hebben veel meer vrijheid dan bedrijven om hun interne zaken te regelen, bijvoorbeeld in de manier waarop beslissingen worden genomen en de manier waarop winsten worden verdeeld onder leden.

Community Interest Company (CIC) (Vennootschap voor maatschappelijk belang)

Een Vennootschap voor maatschappelijk belang (CIC) is een vennootschapsvorm (beperkt door aandelen of door garantie) die is opgericht voor zogenaamde 'sociale ondernemingen' die hun winsten en activa willen gebruiken voor gemeenschapsvoordeel. CIC's zijn eenvoudig op te zetten en hebben alle flexibiliteit en zekerheid van de bedrijfsvorm, maar met verschillende speciale kenmerken die ervoor zorgen dat ze een gemeenschapsbelang dienen:

- Ten eerste moeten alle bedrijven die een aanvraag indienen om als CIC te worden geregistreerd, een verklaring van gemeenschapsbelang indienen om de CIC-toezichthouder het bewijs te leveren dat ze zullen voldoen aan een in de wet gedefinieerde toets voor gemeenschapsbelang. Het bedrijf moet aan de test blijven voldoen zolang het een CIC blijft, en moet jaarlijks rapporteren aan de toezichthouder
- Ten tweede moet een CIC een 'activablokkering' hebben die de overdracht van de activa van het bedrijf (inclusief eventuele winsten die door zijn activiteiten worden gegenereerd) beperkt om ervoor te zorgen dat ze worden gebruikt ten behoeve van de gemeenschap
- Ten derde zijn CIC's onderworpen aan limieten op dividenden en te betalen rente - om een evenwicht te vinden tussen het aanmoedigen van mensen om in CIC's te investeren en het principe dat de activa en winsten van een CIC moeten worden besteed aan het voordeel van de gemeenschap..

Charitable Incorporated Organization (CIO)

De Charitable Incorporated Organization (CIO) is een vrij recent rechtsvorm die vanaf 2012 beschikbaar is voor liefdadigheidsinstellingen in Engeland en Wales. Momenteel doen liefdadigheidsinstellingen die dit willen opnemen dit normaal gesproken als een Company Limited by Guarantee - wat een dubbele registratie betekent bij het Companies House en de Charity Commissie en

dubbele regelgeving onder vennootschapsrecht en liefdadigheidsrecht. De CIO-status biedt de voordelen van oprichting, maar de organisatie zal alleen worden geregistreerd bij de Charity Commission en gereguleerd onder de liefdadigheidswetgeving. Deze nieuwe bedrijfsvorm zal naar verwachting voornamelijk worden gebruikt door kleine en middelgrote goede doelen. Net als bij elke liefdadigheidsinstelling worden de winsten en activa van de organisatie opgesloten voor liefdadigheidsdoeleinden. Merk op dat de liefdadigheidswetgeving en -regulering zijn overgedragen: soortgelijke wetgeving is aangenomen in Schotland, maar nog niet in Noord-Ierland.

Industrial and Provident Society

Een Industrial and Provident Society (ook wel I&P of IPS genoemd) kan twee vormen aannemen:

Co-operative Society(Co-op) (Coöperatieve Vereniging)

Een coöperatieve vereniging is een ledenorganisatie die wordt gerund tot wederzijds voordeel van haar leden - die hun belangen voornamelijk dient door met hen te handelen of hen anderszins goederen, diensten en faciliteiten te verstrekken - waarbij een eventueel overschot gewoonlijk wordt terug gezet in de organisatie, hoewel de winst kan worden verdeeld onder leden. Een coöperatieve vereniging kan al dan niet een sociale onderneming zijn, afhankelijk van haar activiteiten en hoe zij haar winst uitkeert.

Een coöperatieve vereniging wordt beheerst door regels die de coöperatieve waarden en principes moeten weerspiegelen die zijn uiteengezet door de International Co-operative Alliance. De Alliantie definieert een coöperatie als een autonome vereniging van personen die vrijwillig verenigd zijn om te voorzien in hun gemeenschappelijke economische, sociale en culturele behoeften en ambities door middel van gezamenlijk eigendom en democratisch gecontroleerd ondernemerschap..

Een coöperatieve vereniging is opgericht - en heeft dus een aparte rechtspersoonlijkheid - en moet een jaarrekening registreren en indienen bij de Financial Services Authority (FSA) in plaats van bij het Companies House. Net als bij een bedrijf is de aansprakelijkheid van de leden beperkt tot het onbetaalde bedrag op aandelen. Ze hebben een principe van open lidmaatschap en kunnen daarom fondsen werven door aandelen uit te geven aan het publiek.

Ze worden geleid en beheerd door hun leden, meestal via een commissie van functionarissen, vergelijkbaar met de raad van bestuur van een bedrijf, die namens de leden bestuurt. Leden hebben echter altijd democratische controle op basis van "één lid één stem", ongeacht de grootte van de respectievelijke deelnemingen, volgens de coöperatieve waarden en principes.

Community Benefit Society (BenCom)

Een Community Benefit Society (BenCom) is vergelijkbaar met een Coöperatieve Vereniging, behalve dat het zaken doet ten behoeve van de gemeenschap, in plaats van de leden van de samenleving. Een BenCom moet in de eerste plaats worden beheerd ten behoeve van mensen die geen lid zijn van de samenleving en moet ook in het belang zijn van de gemeenschap in het algemeen. Winsten worden niet verdeeld onder leden of externe aandeelhouders, maar teruggegeven aan de gemeenschap. BenComs passen ook vaak een activaslot toe, die hun activa beschermt voor het toekomstige voordeel van de gemeenschap. Het is ongebruikelijk dat de BenCom meer dan het nominale aandelenkapitaal

uitgeeft (bijv. Één aandeel ter waarde van £ 1 per lid). Als meer dan het nominale aandelenkapitaal wordt uitgegeven of als leden leningen verstrekken aan de BenCom, worden dividenden en betaalde rente afgetopt tegen een redelijk tarief dat nodig is om het bedrijf het benodigde kapitaal te laten behouden.

Een BenCom kan worden opgericht als een liefdadigheidsinstelling, op voorwaarde dat het uitsluitend liefdadigheidsobjecten heeft die voor het algemeen nut zijn, waardoor ze kapitaal kunnen ophalen via openbare subsidies en liefdadigheidsfondsen. Als ze worden goedgekeurd, staan ze bekend als vrijgestelde liefdadigheidsinstellingen - ze rapporteren alleen aan de Financial Services Authority (FSA), niet aan de Charity Commission. Liefdadigheids BenComs moeten een activaslot hebben.

Financial Mutuals (Financiële onderlinge maatschappijen)

Er zijn drie andere soorten onderlinge vormen, die hier niet in detail worden behandeld, die specifiek bestaan om financiële diensten te verlenen. Deze zijn ook geregistreerd bij de FSA.

- Building Society: Building Societies zijn onderlinge financiële dienstverleners die voornamelijk woninghypotheken verstrekken, maar ook andere financiële diensten zoals andere vormen van kredietverlening en investeringen, geldtransmissiediensten, bank- en verzekeringsdiensten. Ze worden substantieel gefinancierd door hun leden
- Credit Union: Een kredietvereniging is een coöperatieve financiële instelling die eigendom is van en gecontroleerd wordt door haar leden en die wordt geëxploiteerd met het doel tegen redelijke tarieven krediet te verstrekken en andere financiële diensten aan haar leden te verlenen.
- Friendly Society : Een vriendelijke samenleving is een vrijwillige onderlinge organisatie met als hoofddoel om leden financieel bij te staan tijdens ziekte, werkloosheid of pensionering, en om levensverzekering te bieden

5.2.2. Stap 2: Registreer je bedrijf officieel bij de Kamer van Koophandel

Het is belangrijk dat je de structuur kiest die het beste bij jouw bedrijf past en er is veel hulp beschikbaar om je te ondersteunen en je kan advies inwinnen voordat je een bedrijfsstructuur kiest en opzet.

HMRC and Companies House

3 soorten bedrijven: eenmanszaak, naamloze vennootschappen en vennootschappen die worden beheerd door [HMRC](#) en [Companies House](#).

Bij Companies House registreert je jouw bedrijf en moet je minimaal één keer per jaar rapporteren aan zowel [HMRC](#) als [Companies House](#). [Companies House Twitter](#).

Indien je jezelf wilt vestigen als een sociale onderneming of een liefdadigheidsinstelling, dan zijn er ook verschillende regels en voorschriften en deze worden beheerst door [The Charities Commission in England and Wales](#) en [OSCR \(The Office for Scottish Charities Regulation\)](#).

Sole Trader (Eenmanszaak)

Dit is een eenvoudigere manier van ondernemen. Echter ben je wel verantwoordelijk voor de schulden van je bedrijf en heb je enkele boekhoudkundige verantwoordelijkheden. Je bent dus zelfstandige en bezit het als particulier. Je kunt al jouw bedrijfswinsten behouden nadat je er belasting over hebt betaald. Je bent verantwoordelijk voor eventuele verliezen die uw bedrijf lijdt.

Wanneer moet je jezelf als Eenmanszaak vestigen

Je moet jezelf als Eenmanszaak vestigen als een van de volgende situaties van toepassing is:

- Je hebt in een jaar (bijvoorbeeld tussen 6 april 2019 en 5 april 2020) meer dan £ 1.000 verdiend met werken als zelfstandige
- Je moet aantonen dat je zelfstandige bent, bijvoorbeeld om aanspraak te maken op Belastingvrije Kinderopvang
- Je bent bereid om een vrijwillige betaling te doen aan Klasse 2 National Insurance om jou te helpen in aanmerking te komen voor uitkeringen

Hoe richt je een Eenmanszaak op?

Indien je jezelf wilt vestigen als een sociale onderneming of een liefdadigheidsinstelling, dan zijn er ook verschillende regels en voorschriften en deze worden beheerst door [The Charities Commission in England and Wales](#) en [OSCR \(The Office for Scottish Charities Regulation\)](#).

Werken in de bouwsector als Eenmanszaak?

Registreer je bij HMRC voor de Construction Industry Scheme (CIS) als je in de bouwsector werkt als onderaannemer of aannemer.

Jouw bedrijf een naam geven als Eenmanszaak

Je kunt onder jouw eigen naam handelen, of je kunt een andere naam voor jouw bedrijf kiezen. Je hoeft jouw naam niet te registreren. Je moet jouw naam en bedrijfsnaam (als je die hebt) vermelden op officieel papierwerk, bijvoorbeeld facturen en brieven

Bedrijfsnamen Eenmanszaak

Namen van een Eenmanszaak mogen niet:

- omvatten 'limited', 'Ltd', 'limited liability partnership', 'LLP', 'public limited company' or 'plc'
- beledigend zijn of hetzelfde zijn als een bestaand handelsmerk
- Je naam mag ook geen 'gevoelig' woord of uitdrukking bevatten, of een verband met de overheid of lokale autoriteiten suggereren, tenzij je toestemming krijgt

Limited company (Naamloze Vennootschap)

Als je een naamloze vennootschap opricht, staan de financiën ervan gescheiden van jouw persoonlijke financiën, maar zijn er meer rapportage- en managementverantwoordelijkheden:

- Je moet Companies House inlichten indien je het geregistreerde kantooradres van jouw bedrijf wilt wijzigen. Als de wijziging wordt goedgekeurd, zullen ze HM Revenue and Customs (HMRC) inlichten
- Het nieuwe geregistreerde kantooradres van jouw bedrijf moet zich in hetzelfde deel van het VK bevinden als waar het bedrijf was geregistreerd (opgericht)
- Je adres zal niet officieel veranderen totdat Companies House het heeft geregistreerd.

Andere wijzigingen die je moet rapporteren, aan HMRC moet doorgeven zijn indien:

- de contactgegevens van je bedrijf veranderen, bijvoorbeeld je naam, geslacht, bedrijfsnaam of je persoonlijke of handelsadres
- je een accountant of belastingadviseur aanstelt, je bent dan verplicht om Companies House binnen 14 dagen op de hoogte stellen als je wijzigingen aanbrengt in:
- het adres waar je jouw administratie bewaart en welke gegevens je daar bewaart
- bestuurders of hun persoonlijke gegevens, zoals hun adres
- 'people with significant control'(PSC) 'mensen met aanzienlijke controle', of hun persoonlijke gegevens zoals een nieuw adres
- bedrijfssecretarissen (een nieuwe aanstellen of de aanstelling van een bestaande beëindigen)
- Je moet Companies House binnen een maand op de hoogte stellen wanneer je meer aandelen in jouw bedrijf uitgeeft.

Wijzigingen aan het Companies House melden

- gebruik de online service van Companies House
- papieren formulieren invullen en verzenden

Wijzigingen die aandeelhouders moeten goedkeuren

Het kan nodig zijn om aandeelhouders over de beslissing te laten stemmen als je:

- de bedrijfsnaam wilt veranderen
- een directeur wilt ontslaan
- de statuten van het bedrijf wilt wijzigen

Dit wordt 'een resolutie aannemen' genoemd. Voor de meeste resoluties is een meerderheid nodig om tot overeenstemming te komen (een zogenaamde 'gewone resolutie'). Voor sommigen is misschien een meerderheid van 75% nodig (een zogenaamde 'speciale resolutie').

De nieuwe bedrijfsnaam wordt pas van kracht nadat deze is geregistreerd door Companies House. Zij zullen je vertellen wanneer dit plaats vindt.

Stemmen door aandeelhouders

- Wanneer je uitzoekt of je de meerderheid hebt, tel dan het aantal aandelen dat de eigenaar stemrecht geeft, in plaats van het aantal aandeelhouders.
- Je hoeft niet per se een aandeelhoudersvergadering te hebben om een besluit te nemen. Als het juiste aantal aandeelhouders jou heeft verteld dat ze het eens zijn, kun je het besluit schriftelijk bevestigen. Maar je moet alle aandeelhouders aanschrijven om hen op de hoogte te stellen van de beslissing.

Controleer de gegevens van je bedrijf

Je moet het volgende controleren:

- de gegevens van je maatschappelijke zetel, bestuurders, secretaris en het adres waar je de administratie bewaart
- je kapitaaloverzicht en aandeelhoudersinformatie als jouw bedrijf aandelen heeft
- je SIC-code (het nummer dat aangeeft wat jouw bedrijf doet)
- je register van 'mensen met aanzienlijke controle' (PSC)

Controleer het Companies House-register en stuur je bevestigingsverklaring.

Stuur jouw bevestigingsverklaring online of per post. Het kost £ 13 om je bevestigingsverklaring online in te dienen en £ 40 per post.

Als je wijzigingen moet doorgeven

Kan je tegelijkertijd wijzigingen in je kapitaaloverzicht, aandeelhoudersinformatie en SIC-codes melden.

Je kunt de bevestigingsverklaring niet gebruiken om wijzigingen door te geven voor:

- de functionarissen van jouw bedrijf
- het adres van de maatschappelijke zetel
- het adres waar je jouw administratie bewaart
- mensen met aanzienlijke controle(PSC), je moet deze wijzigingen afzonderlijk indienen bij Companies House.

Indien nodig ontvang je een e-mailwaarschuwing of een herinneringsbrief aan de maatschappelijke zetel van je bedrijf wanneer je bevestigingsverklaring vervalst.

De vervaldatum is meestal een jaar na:

- de datum waarop je bedrijf is opgericht
- de datum waarop je jouw laatste jaarlijkse aangifte of bevestigingsverklaring hebt ingediend. Je kunt jouw bevestigingsverklaring tot 14 dagen na de vervaldatum indienen.

Je kunt een boete krijgen van maximaal £ 5.000 en jouw bedrijf kan worden geschrapt als je de bevestigingsverklaring niet verstuurt.

(Reclame)Borden, briefpapier en promotiemateriaal

Je moet een (reclame)bord met je bedrijfsnaam weergeven op je geregistreerde bedrijfsadres en waar jouw bedrijf ook actief is. Als je jouw bedrijf vanuit huis runt, hoef je daar geen (reclame)bord te plaatsen. Voorbeeld: als je drie winkels hebt en een kantoor dat niet bij jou thuis is, moet je bij elk daarvan een (reclame)bord plaatsen. Het (reclame)bord moet op elk moment gemakkelijk te lezen en te zien zijn, niet alleen wanneer je open bent.

Je moet de naam van jouw bedrijf vermelden op alle bedrijfsdocumenten, publiciteit en brieven.

Op zakelijke brieven, bestelformulieren en websites moet je het volgende vermelden:

- het geregistreerde nummer van het bedrijf
- zijn maatschappelijke zetel
- waar het bedrijf is geregistreerd (Engeland en Wales, Schotland of Noord-Ierland)
- het feit dat het een naamloze vennootschap is (meestal door de volledige naam van het bedrijf te spellen, inclusief 'Limited' of 'Ltd')

Als je de namen van bestuurders wilt opnemen, moet je ze allemaal vermelden.

Als je het aandelenkapitaal van jouw bedrijf wilt laten zien (hoeveel de aandelen waard waren toen je ze uitgaf), moet je aangeven hoeveel is 'volgestort' (eigendom van aandeelhouders).

Vennootschap

Een vennootschap is de eenvoudigste manier voor 2 of meer mensen om samen een bedrijf te runnen.

Opzetten

In een vennootschap delen jij en je vennoot (of vennoten) persoonlijk de verantwoordelijkheid voor het bedrijf. Dit bevat:

- eventuele verliezen die het bedrijf lijdt
- rekeningen voor dingen die je voor het bedrijf koopt, zoals aandelen of apparatuur. Vennoten delen de winst van het bedrijf en elke partner betaalt belasting over zijn aandeel.

Een vennoot hoeft geen feitelijk persoon te zijn. Bijvoorbeeld, een vennootschap met beperkte aansprakelijkheid geldt als 'rechtspersoon' en kan ook vennoot zijn.

Wat je moet doen

Wanneer je een zakelijk vennootschap opzet, moet het volgende doen:

- kies een naam
- kies een 'genomineerde vennoot'
- registreren bij HM Revenue and Customs (HMRC)

De 'genomineerde vennoot' is verantwoordelijk voor het beheren van de belastingaangiften van het vennootschap en het bijhouden van zakelijke gegevens. Er zijn verschillende regels voor commanditaire vennootschappen en vennootschappen met beperkte aansprakelijkheid (LLP's).

Uw vennootschap een naam geven

Je kunt onder je eigen naam handelen of je kunt een andere naam voor het bedrijf kiezen. Je hoeft de naam niet te registreren. Je moet de namen van alle partners en de bedrijfsnaam (als je die hebt) vermelden op officieel papierwerk, bijvoorbeeld facturen en brieven.

Bedrijfsnamen

Namen van zakelijke vennootschappen mogen niet:

- omvatten 'limited', 'Ltd', 'limited liability partnership', 'LLP', 'public limited company' or 'plc'
- beledigend zijn
- gelijk zijn aan een bestaand merk

De naam mag ook geen 'gevoelig' woord of uitdrukking bevatten, of een verband met de overheid of lokale autoriteiten suggereren, tenzij je hiervoor toestemming krijgt. Voorbeeld: om 'Accredited' in de naam van je bedrijf te gebruiken, heb je toestemming nodig van het Department for Business, Energy and Industrial Strategy (BEIS).

Controleer voor welke woorden je toestemming nodig hebt om te gebruiken, en van wie.

5.2.3. Stap 3: Fiscale regelgeving en boekhouding

Om legaal een bedrijf te starten in het VK, moet je aan bepaalde voorwaarden voldoen en strikte en grondige wetten, regels en voorschriften volgen. Als je een nieuw bedrijf in het VK wilt starten, moet je verschillende wetten in een ander deel van het VK (Engeland, Wales, Schotland en Noord-Ierland) en andere regels naleven. Sommige van deze wetten kunnen specifiek zijn voor een bepaald deel van het VK, dus je moet de sectorspecifieke informatie voor jouw bedrijf raadplegen om te zien wat op jou en jouw bedrijf van toepassing is..

De regels en voorschriften voor het opzetten van een bedrijf in het VK worden beheerst door verschillende instanties en deze omvatten: HMRC (Her Majesty's Revenue and Customs) HMRC is verantwoordelijk voor alle belastingen in het VK, alhoewel als je in Schotland woont, de Schotse regering heeft enkele extra bevoegdheden. Deze belastingen omvatten personenbelasting, bedrijfsbelasting en belasting over de toegevoegde waarde (btw). Als je van bedrijf naar bedrijf werkt dan zijn de prijzen exclusief btw maar bij van bedrijf naar consumenten is dit inclusief en het

standaard btw-tarief is 20%. Er zijn 3 soorten bedrijven: eenmanszaak, naamloze vennootschappen en partnerschappen die worden beheerd door [HMRC](#) en [Companies House](#).

Eenmanszaak

Hoe richt je een Eenmanszaak op? Je moet HMRC laten weten dat je belasting betaald via Self-Assessment en elk jaar een belastingaangifte indienen.

Jouw verantwoordelijkheden

Houd gegevens bij van de verkopen en uitgaven van je bedrijf.

Stuur elk jaar een Self-assessment belastingaangifte.

Betaal inkomstenbelasting over uw winst en Class 2 en Class 4 National Insurance.

Je moet een National Insurance-nummer aanvragen als je naar het VK verhuist om een bedrijf op te zetten.

Naamloze Vennootschap

Als je voor de naamloze vennootschap kiest, is het essentieel om een nauwkeurige administratie bij te houden en belasting en nationale verzekeringen te betalen. In een naamloze vennootschap zijn er verantwoordelijkheden voor bestuurders. Als bestuurder van een naamloze vennootschap moet je het volgende doen:

- Volg de regels van het bedrijf, zoals weergegeven in de statuten
- Houd bedrijfsgegevens bij en rapporteer wijzigingen
- Dien jouw rekeningen en jouw belastingaangifte in
- Vertel andere aandeelhouders of je persoonlijk baat zou kunnen hebben bij een transactie die het bedrijf doet
- Betaal vennootschapsbelasting
- Je kunt andere mensen inhuren om een aantal van deze dingen dagelijks te beheren, maar je bent nog steeds wettelijk verantwoordelijk voor de administratie, accounts en prestaties van het bedrijf.
- Je kunt een boete krijgen, vervolgd of gediskwalificeerd worden als je jouw verantwoordelijkheden als bestuurder niet nakomt.

Bedrijfs- en boekhoudkundige gegevens

Je moet bewaren:

- gegevens over het bedrijf zelf
- financiële en boekhoudkundige gegevens

Je kunt een professional (bijvoorbeeld een accountant) inhuren om te helpen met je belasting. HM Revenue and Customs (HMRC) kan jouw administratie controleren om er zeker van te zijn dat je het juiste bedrag aan belasting betaalt.

Gegevens over het bedrijf

Je moet gegevens bewaren van:

- bestuurders, aandeelhouders en secretarissen van de vennootschap
- de resultaten van eventuele stemmen en besluiten van aandeelhouders
- beloften voor het bedrijf om leningen op een specifieke datum in de toekomst terug te betalen ('obligaties') en aan wie ze moeten worden terugbetaald
- beloften dat het bedrijf betalingen doet als er iets misgaat en het de schuld van het bedrijf is ('schadevergoedingen')
- transacties waarbij iemand aandelen in het bedrijf koopt
- leningen of hypotheeken gedekt tegen de activa van het bedrijf

Je moet Companies House op de hoogte stellen als je de administratie ergens anders bewaart dan het geregistreerde kantooradres van het bedrijf.

Register van 'people with significant control' (PSC) 'mensen met aanzienlijke controle'

Je moet ook een register bijhouden van 'mensen met aanzienlijke controle' (PSC). Het PSC-register moet gegevens bevatten van iedereen die:

- meer dan 25% aandelen of stemrechten in jouw bedrijf heeft
- een meerderheid van de bestuurders kan benoemen of ontslaan
- uw bedrijf of vertrouwen kan beïnvloeden of controleren

Je moet ook gegevens bijhouden als er geen mensen zijn met aanzienlijke controle (PSC).

Lees meer richtlijnen over het bijhouden van een PSC-register als het eigendom en beheer van je bedrijf niet eenvoudig is.

Boekhouding

Je moet een boekhoudkundige administratie bijhouden die omvat:

- al het geld dat het bedrijf heeft ontvangen en uitgegeven
- details van activa die eigendom zijn van het bedrijf
- schulden die het bedrijf verschuldigd is of schulden van het bedrijf

- aandelen die het bedrijf op het einde van het boekjaar in bezit heeft
- de inventarisatie die je hebt gebruikt om het voorraadcijfer te berekenen
- alle gekochte en verkochte goederen
- van wie je ze hebt gekocht en aan wie je ze hebt verkocht (tenzij je een detailhandel runt)

Je moet ook alle andere financiële gegevens, informatie en berekeningen bijhouden die je nodig hebt om de jaarrekening en de vennootschapsbelastingaangifte op te stellen en in te dienen. Deze bevat gegevens van:

- al het geld dat door het bedrijf wordt uitgegeven, bijvoorbeeld bonnen, kleine kasboekjes, bestellingen en pakbonnen
- al het geld dat het bedrijf ontvangt, bijvoorbeeld facturen, contracten, verkoopboeken en kassa bonnen
- alle andere relevante documenten, bijvoorbeeld bankafschriften en correspondentie

Je kunt een boete van £ 3.000 krijgen van HMRC of ongeschikt verklaard worden als bedrijfsdirecteur indien je geen boekhoudkundige gegevens bijhoudt.

Hoe lang moeten de administratie worden bewaard

Je moet een administratie bewaren gedurende 6 jaar vanaf het einde van het laatste boekjaar van het bedrijf waarop ze betrekking hebben, of langer als:

- ze een transactie tonen die betrekking heeft op meer dan een van de boekhoudperioden van het bedrijf
- het bedrijf iets heeft gekocht waarvan het verwacht dat het meer dan 6 jaar meegaat, zoals apparatuur of machines
- je de bedrijfsbelastingaangifte te laat verzonden hebt
- HMRC is begonnen met een nalevingscontrole in uw bedrijfsbelastingaangifte

Als je gegevens verloren, gestolen of vernietigd zijn

Als je jouw gegevens niet kunt vervangen nadat ze zijn verloren, gestolen of vernietigd, moet je:

- je best doen om ze opnieuw te creëren
- het onmiddellijk aan je vennootschapsbelastingkantoor doorgeven
- deze informatie opnemen in je bedrijfsbelastingaangifte

Bevestigingsverklaring (jaarlijkse aangifte)

Je moet elk jaar controleren of de informatie die Companies House over je bedrijf heeft, correct is.

Dit wordt een bevestigingsverklaring genoemd (voorheen een jaarlijkse aangifte).

Geld opnemen uit een naamloze vennootschap

Hoe je geld uit het bedrijf haalt, hangt af van waar het voor is en hoeveel je opneemt:

- Salaris
- Uitgaven, en
- Baten

Als je wilt dat het bedrijf jou of iemand anders een salaris, onkosten of baten betaalt, moet je het bedrijf als werkgever registreren.

- Het bedrijf moet inkomstenbelasting en premies voor de volksverzekeringen inhouden van uw salarisbetalingen en deze betalen aan HM Revenue and Customs (HMRC), samen met de premies van de werkgevers.
- Als jij of een van jouw werknemers persoonlijk gebruik maakt van iets dat tot het bedrijf behoort, moet je dit als een baat melden en de eventueel verschuldigde belasting erover betalen.

Dividenden

Een dividend is een uitkering die een bedrijf aan aandeelhouders kan doen als het winst heeft gemaakt.

- Je kunt dividenden niet als bedrijfskosten rekenen bij het berekenen van de vennootschapsbelasting
- Je onderneming mag niet meer aan dividenden uitkeren dan de beschikbare winsten van het lopende en voorgaande boekjaren.

Om dividend uit te keren, moet je:

- Een bestuursvergadering houden om het dividend 'bekend te maken'
- Notulen maken van de vergadering, zelfs als je de enige bestuurder bent

Dividend administratie

Voor elke dividenduitkering die het bedrijf doet, moet je een dividendbewijs schrijven met daarop:

- de datum
- de Bedrijfsnaam
- de namen van de aandeelhouders aan wie een dividend wordt uitgekeerd
- het bedrag van het dividend

Je moet een kopie van de voucher aan de ontvangers van het dividend geven en een kopie bewaren voor de administratie van uw bedrijf.

Belasting over dividenden

Over dividenduitkeringen hoeft jouw onderneming geen belasting te betalen. Maar aandeelhouders moeten mogelijk inkomstenbelasting betalen als het meer dan £ 2.000 is.

Leningen van bestuurders

- Als je meer geld uit het bedrijf haalt dan je erin hebt gestopt - en het is geen salaris of dividend - wordt dit een 'bestuurderslening' genoemd.
- Als jouw bedrijf 'een bestuurderslening' verstrekt, moet je hiervan een administratie bijhouden.

Bedrijfswijzigingen die je moet doorgeven, wijziging van het geregistreerde kantooradres van je bedrijf.

Vennootschap

Regels voor jouw type bedrijf

Afhankelijk van wat jouw bedrijf doet, heb je mogelijk andere verantwoordelijkheden.

Controleer of je het volgende nodig hebt:

- licenties of vergunningen, bijvoorbeeld om muziek te maken, voedsel te verkopen of op straat te handelen
- verzekeringen

Er zijn ook regels die je moet volgen indien je:

- goederen online verkoopt
- goederen inkoopt uit het buitenland of goederen verkoopt in het buitenland
- persoonlijke informatie opslaat of gebruikt

Waar werk je

Kijk wat jouw verantwoordelijkheden zijn als je:

- jouw bedrijf vanuit huis runt
- een plek huurt om je bedrijf te runnen

Als je een woning huurt of koopt, moet je wellicht zakelijke tarieven betalen. Kleine bedrijven kunnen korting krijgen op de zakelijke tarieven en sommigen betalen misschien niets.

Controleer of je het kantoor, eigendommen en apparatuur als onkosten kunt declareren.

Mensen in dienst nemen

Als je uitzendkrachten of freelancers in dienst neemt, heb je een aantal verantwoordelijkheden, bijvoorbeeld hun gezondheid en veiligheid.

Werkgever worden

Er zijn een aantal zaken die je moet regelen als je werknemers in dienst neemt. Je krijgt meer verantwoordelijkheden, waaronder:

- een lopende salarisadministratie
- betalen voor hun nationale verzekering - maar je kunt aanspraak maken op een vergoeding om je factuur te verlagen
- het verstrekken van bedrijfspensioenen aan in aanmerking komend personeel

VAT / BTW-nummer

Je moet jezelf registreren voor VAT als de omzet van jouw bedrijf meer dan £ 85.000 bedraagt. Je kunt jezelf vrijwillig aanmelden wanneer het jouw bedrijf uitkomt, bijvoorbeeld als je verkoopt aan andere VAT-geregistreerde bedrijven en de VAT wilt terugvorderen.

5.2.4. Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan

Het is raadzaam om een bedrijfsplan te schrijven. Om jouw zakelijke kansen in kaart te brengen en een goed beeld te krijgen van je risico's. Om te weten wie jouw potentiële klanten zijn ... De eerste stap als het gaat om het starten van een bedrijf in het VK, is het downloaden van een business template ([business planning](#)), naast het hebben van een idee en al je inzet en 'drive'. Dit is een goed hulpmiddel om ervoor te zorgen dat aanvragers in de best mogelijke positie verkeren om financiering te ontvangen. Het business template is niet nodig maar met de gepresenteerde kansen, die zijn dat je tweeënhalve keer meer kans hebt om zaken te doen als je een bedrijfsplan schrijft (volgens externe bronnen), zou het hebben van een solide bedrijfsplan in een template beschouwd moeten worden als een noodzaak.

Een business plan template is handig wanneer:

- Je een bedrijf wil beginnen
- Je een gevestigd bedrijf hebt en hulp zoekt
- Je jouw doelstellingen moet bepalen
- Je het wilt gebruiken om geld in te zamelen om je bedrijf op te starten.

Het gebruik van een business plan template is de beste en snelste manier om alle informatie te verzamelen die je nodig hebt om een bedrijf te starten. Het proces van het invullen van een business plan template kan helpen om de levensvatbaarheid van je zakelijke propositie vanaf het begin te

verzekeren, en elimineert zorgen en vragen zoals: Werkt het? Bestaat de markt al? Is er behoefte aan het product of de dienst die je aan wilt bieden?

Zie ook [hoofdstuk 4](#) en [hoofdstuk 6](#) van onze YME-gids.

5.2.5. Step 5: Openen van een Zakelijke Rekening

Het openen van een zakelijke rekening is vaak de volgende logische stap. Zakelijk bankieren is een goede manier om overzicht te houden over je inkomsten en uitgaven. Dit voorkomt ook dat je zakelijke en privé-administratie hopeloos in de war raakt.

In het Verenigd Koninkrijk hebben de overheid en verschillende banken ondernemersregelingen en subsidies voor jonge ondernemers. Met de toezegging van de overheid om small and medium-sized businesses (SMEs) / het midden- en kleinbedrijf (MKB) door de stadia van opstarten en groei te helpen, is er een scala aan financiering voor kleine bedrijven om van te profiteren. Zie onze gids voor overheidssubsidies.

Regional Growth Fund (RGF)

Bedrijven die op zoek zijn naar financiering van minder dan £ 1 miljoen, kunnen ondersteuning aanvragen via Regional Growth Fund programma's.

Dit zijn regelingen die worden beheerd door nationale of lokale organisaties waaraan RGF gelden zijn toegekend om subsidies en/of leningen te verstrekken aan in aanmerking komende bedrijven.

Sinds 2011 is £ 1,7 miljard toegewezen aan RGF-programma's, waarmee meer dan 9.400 kleine en middelgrote bedrijven worden ondersteund.

Om in aanmerking te komen, moet je bedrijf gevestigd zijn in Engeland, een groeiplan hebben, banen creëren of beschermen en privékapitaal investeren. Bekijk de lijst met "live" RGF-programma's en financieringsmogelijkheden.

Lijst: [RGF programma's en fondsverwerving](#).

Startup leningen

Dit door de overheid gefinancierde initiatief biedt leningen, begeleiding en ondersteuning aan Startups of zeer kleine, beginnende bedrijven met potentieel levensvatbare proposities, maar die niet in staat zijn om investeringen van grote banken aan te trekken.

Om in aanmerking te komen, moeten bedrijven nog niet opgestart zijn of minder dan 12 maanden actief zijn geweest. Je kunt deze administratie eenvoudig bijhouden met boekhoudsoftware.

De regeling biedt gratis zakelijke planning om ervoor te zorgen dat aanvragers in de best mogelijke positie verkeren om een financiering te ontvangen.

Elke lening aanvraag wordt in overweging genomen op basis van de behoeften van het bedrijf, met een gemiddelde lening van ongeveer £ 6.000.

De uiteindelijke omvang van de lening wordt bepaald door uw bedrijfsplan. Lees meer over Startup leningen. [Meer over Start-Up Leningen.](#)

Overheidssubsidies

Subsidies voor kleine bedrijven zijn beschikbaar bij de Britse regering, het Schotse parlement, de Welsh Assembly en de Northern Ireland Assembly.

Elke subsidieverstrekker heeft zijn eigen aanvraagprocedure en criteria voor aanmelding.

Voor een volledige lijst met verstrekkers gebruik je de overheids [business finance support finder](#). Met deze tool kun je zoeken naar financieringsmogelijkheden op basis van de locatie, de grootte en het type bedrijf dat je runt.

Lees meer over het vinden van financiering voor uw bedrijf

[Venture capital trusts: How to find alternative finance solutions](#)

[Crowdfunding tips: Alternative finance to support your business](#)

[Trim-It on winning the challenge of dealing with investors](#)

[Venture capital trusts vs Enterprise Investment Scheme](#)

Hierdoor nemen zij het risico van de lening over van de bank, waardoor de bank deze eerder aanbiedt.

UK Export / VK Export

Het kan Britse exporteurs ook helpen om aanbesteding- en contractobligaties aan te trekken en toegang te krijgen tot werkkapitaalfinanciering. Om in aanmerking te komen voor een exportverzekering, moet je bedrijf in het VK zijn gevestigd en moet de koper uit het buitenland zijn. [Lees meer over UK Export Finance \(UKEF\).](#)

Business Finance Partnerships / Vennootschappen voor bedrijfsfinanciering

Met een overheidsinvestering van £ 1,2 miljard is het Business Finance Partnership bedoeld om de financieringsbronnen [funding](#) die beschikbaar zijn voor kleine en middelgrote bedrijven te diversifiëren via niet-bancaire kredietverstrekkers. Leningvoorwaarden zullen variëren, maar bedrijven kunnen rechtstreeks financiering aanvragen bij een aantal onconventionele fondsbeheerders en geldschietters. [Lees meer over Business Finance Partnerships.](#)

5.2.6. Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen (bijv. Bouwvergunning, enz.)

Milieubescherming

Kijk of je een milieuvergunning nodig hebt

Vergunningen voor installaties, middelgrote stookinstallaties, gespecificeerde generator, afval- of mijnafval verwerking, waterlozing of grondwateractiviteiten, of werken aan of nabij een hoofdrivier of zeewering.

[Engeland](#)

[Wales](#)

[Schotland](#)

[Noord-Ierland](#)

Lokale milieuvergunningen

[Milieuvergunningen van lokale autoriteiten \(Engeland en Wales\)](#)

[Lijst met VK vergunningen](#)

5.2.7 Stap 7: Privacy / Bescherming van persoonlijke gegevens (een zakelijke website maken)

De Data Protection Act 1998 (c 29)(DPA) een wet van het Britse parlement die was ontworpen om persoonlijke gegevens te beschermen die zijn opgeslagen op computers of in een georganiseerd papieren archiveringssysteem. Het heeft de bepalingen van de EU-gegevensbeschermingsrichtlijn van 1995 inzake de bescherming, verwerking en het verkeer van gegevens aangenomen.

Onder de DPA 1998 hadden individuen wettelijke rechten om informatie over zichzelf te controleren. Het grootste deel van de wet was niet van toepassing op huishoudelijk gebruik, [1] bijvoorbeeld het bijhouden van een persoonlijk adresboek. Iedereen die persoonsgegevens voor andere doeleinden had, was wettelijk verplicht deze wet na te leven, met enkele uitzonderingen. De wet definieerde acht gegevensbeschermingsbeginselen om ervoor te zorgen dat informatie rechtmatig werd verwerkt.

Deze is op 23 mei 2018 vervangen door de Data Protection Act 2018 (DPA 2018). De DPA 2018 is een aanvulling op de EU General Data Protection Regulation (GDPR), die op 25 mei 2018 in werking is getreden. De GDPR regelt het verzamelen, opslaan en gebruik van persoonsgegevens aanzienlijk strikter.

5.2.8. Stap 8: Verzekering

Zakelijke verzekeringen

Je bent wettelijk verplicht om een werkgeversaansprakelijkheidsverzekering te hebben.

Als je jouw eerste werknemer in dienst neemt, ben je wettelijk verplicht een werkgeversaansprakelijkheidsverzekering af te sluiten. Zo zijn jouw medewerkers beschermd als ze tijdens het werk ziek worden of letsel oplopen. Je verzekeringscertificaat moet zichtbaar voor het personeel zijn.

Je hebt geen werkgeversaansprakelijkheidsverzekering nodig als je naamloze vennootschap slechts één werknemer heeft die 50% of meer van het aandelenkapitaal bezit (jij dus). Als je een eenmanszaak bent en niemand in dienst hebt, of als je alleen naaste familieleden in dienst hebt, moet je ook worden vrijgesteld.

Als je geen fulltime werknemers in dienst hebt en slechts af en toe personeel inhuurt, uitzendkrachten of seizoenarbeiders inschakelt, moet je wel een verzekering afsluiten.

Je kunt een boete krijgen van maximaal £ 2.500 per dag als je bedrijf geen passend aansprakelijkheidsbeleid voor haar werknemers heeft. De omvang van de potentiële boete doet de kosten van dekking in het niet vallen, dus je kunt het beter niet uitstellen.

Wettelijke aansprakelijkheidsverzekering

Een wettelijke aansprakelijkheidsverzekering is niet wettelijk verplicht, maar als er mensen naar jouw locatie komen of op enigerlei wijze letsel kunnen oplopen door iets wat jouw bedrijf doet, is het beter om een dekking te hebben.

Afhankelijk van het type bedrijf waarin je actief bent, zul je wellicht merken dat sommige organisaties je verplichten om een dekking voor wettelijke aansprakelijkheid te hebben voordat je een contract krijgt of in hun gebouwen mag werken. Als je bijvoorbeeld een stand op een markt hebt, of een beurs bijwoont om je handelwaren te verkopen, kunnen de organisatoren jou vragen om een wettelijke aansprakelijkheidsverzekering af te sluiten voordat je toestemming krijgt om deel te nemen.

Een wettelijke aansprakelijkheidsverzekering dekt je voor alle geclaimde schade, plus juridische vertegenwoordiging. Je vindt meer details in onze speciale gids; [What is public liability insurance? – A guide for businesses.](#)

Opstalverzekering voor uw pand

Als je een eigen bedrijfspand hebt, moet je deze beschermen, net als je huis. Op het meest basale niveau betekent dit een business buildings insurance policy/bedrijfsgebouwenverzekering die eventuele schade aan je pand dekt in geval van brand, overstroming of een andere ramp. Hoewel het niet verplicht is, is het logisch om een dekking te nemen voor armaturen en toebehoren en eventuele voorraad die je op je terrein hebt. Bij de meeste commerciële eigendomsverzekeringen kunt u deze opties samen met de basisverzekering opstal opnemen.

Motorrijtuigenverzekering

Als je bedrijfsvoertuigen exploiteert, moet je minimaal een WA-verzekering hebben, en bij voorkeur een volledige dekking. Onthoud dat werknemers minder geneigd zijn om voor hun bedrijfswagen te zorgen, dus het kan zijn dat je vaker aanspraak maakt op je polis dan je zou verwachten met een privéauto.

Branchespecifieke verzekeringen

Als je deel uitmaakt van een erkend beroep, vraag dan bij je brancheorganisatie na welke verzekeringspolissen zij aandringen of aanbevelen. Advocaten zijn bijvoorbeeld verplicht om een verzekeringspolis te hebben om de wet te kunnen uitoefenen.

Zakelijke verzekeringen die je zou moeten hebben

Professional Indemnity (PI) insurance/Beroepsaansprakelijkheidsverzekering (PI)

Beroepsaansprakelijkheid, of PI-verzekering, biedt professionele bedrijven bescherming tegen claims van hun klanten, voor schade veroorzaakt door professionele nalatigheid.

Veel bedrijven, met name grotere organisaties, eisen nu dat je een PI-dekking hebt voordat ze je aannemen. Aangezien dit in veel bedrijfstakken gebruikelijk is, is een beroepsaansprakelijkheidsverzekering in feite een onmisbare verzekering voor de meeste aannemers, consultants en freelancers. Zelfs als je het niet voor jouw klanten hoeft te hebben, is het raadzaam om een beroepsaansprakelijkheidsverzekering af te sluiten als je enige vorm van service aanbiedt aan bedrijven of het publiek.

Director's & Officers verzekering

De Director's & Officers-verzekering dekt de wettelijke verplichtingen die je hebt als bestuurder van een naamloze vennootschap en eventuele juridische kosten als je iets verkeerd doet. Deze dekking wordt ook wel vaak D & O-verzekering genoemd.

Employee travel insurance /Reisverzekering voor werknemers

Als je van je werknemers verlangt dat ze naar het buitenland reizen, moet je ze goed verzekeren bij een gerenommeerd bedrijf dat in geval van nood voor hen zorgt. Vergeet niet om te controleren of hun bagage, geld en eventuele laptop meeverzekerd zijn.

Product liability cover /Productaansprakelijkheidsdekking

Als je producten produceert, repareert of verkoopt kun je aansprakelijk worden gesteld voor eventueel letsel of schade veroorzaakt door defecten.

Pollution risk insurance/ Verzekering tegen vervuillingsrisico

Als je iets vervaardigt en er is enig risico dat je het milieu vervuult, dekt dit de kosten van een eventuele schoonmaakoperatie, plus claims tegen jouw bedrijf.

Een selectie van meer specifieke zakelijke verzekeringen die je zou kunnen nemen:

Key person insurance/ Sleutelpersoon verzekering

Als je bedrijf tot stilstand komt als jij, of een andere werknemer, zwaargewond of om het leven komt, beschermt een key person-verzekering het bedrijf tegen inkomstenderving terwijl een vervanger wordt gevonden.

Business continuity insurance/ Bedrijfscontinuïteitsverzekering

Dit wordt ook wel een bedrijfsschadeverzekering genoemd en beschermt je tegen elke verstoring die kan leiden tot inkomstenderving, zoals een grote ramp. Je moet ernaar streven om gebeurtenissen te dekken die niet al in je andere verzekeringspolissen zijn opgenomen, of waarbij er sprake zal zijn van een langdurige onderbreking (zoals totaal verlies van panden).

Trade credit insurance/ Handelskredietverzekering

Zal uitbetalen als je een oninbare schuld hebt. Zeker de moeite waard om naar te kijken als je een klein aantal hoogwaardige artikelen verkoopt.

Glass & sign cover /Glas & (reclame)borden dekking

Als u een winkel heeft met een groot raam of dure (reclame)borden valt deze mogelijk niet onder een andere verzekering als deze is vernield door vandalen.

Plant and business equipment cover/ Dekking voor fabrieks- en bedrijfsuitrusting

Als je afhankelijk bent van belangrijke dure machines, zorg dan voor een verzekering voor het geval ze beschadigd of gestolen zijn.

Goods in transit insurance/ Goederendoorvoer verzekering

Als je grote hoeveelheden voorraad verplaatst, biedt dit je extra bescherming tegen ongevallen of diefstal.

Money insurance/ Geldverzekering

Als je grote hoeveelheden contant geld of andere waardevolle documenten bezit, kan dit je enige bescherming bieden tegen verlies of diefstal.

Fidelity guarantee/ Getrouwheidsgarantie

Deze dekking beschermt jouw bedrijf tegen verlies van geld of aandelen als een van je medewerkers ontrouw is. Het is onwaarschijnlijk dat het kosteneffectief is totdat je een aanzienlijk aantal werknemers hebt.

Engineering insurance/ Technische verzekering

Biedt dekking tegen elektrische of mechanische defecten van essentiële apparatuur.

5.2.9. Stap 9: Human Resources Management

Personeel aannemen

Als je uitzendkrachten of freelancers in dienst neemt, heb je een aantal verantwoordelijkheden, bijvoorbeeld hun gezondheid en veiligheid.

Werkgever worden

Er zijn een aantal dingen die je moet doen als je zelf werknemers in dienst neemt. Je krijgt meer verantwoordelijkheden, waaronder:

- lopende salarisadministratie
- betalen voor hun nationale verzekering - maar je kunt een vergoeding aanvragen om je kosten te verlagen
- het verstrekken van bedrijfspensioenen aan in aanmerking komende werknemers

5.2.10. Stap 10 Patenten en Brands

Je moet je naam als handelsmerk registreren als je wilt voorkomen dat mensen onder jouw bedrijfsnaam handelen.

Als je voor de rechtsvorm naamloze vennootschap kiest, moet je jezelf registreren bij Companies House en moet je mogelijk specialistisch advies inwinnen over bescherming van intellectuele eigendom om auteursrechten, handelsmerken, modelregistratie of octrooien te dekken.

Intellectual Property (IP) Insurance/ Verzekering voor intellectuele eigendom (IP)

Een groot deel van de waarde van veel moderne bedrijven bestaat uit immateriële activa zoals intellectuele eigendom. Als uw bedrijf innovatief is en afhankelijk is van patenten, handelsmerken of ontwerpen, kun je overwegen jezelf te beschermen met een intellectuele eigendomsverzekering.



5.3. Stapsgewijs Nederland

[5.3.1. Stap 1: Kies een rechtsvorm](#)

[5.3.2. Stap 2: Schrijf je bedrijf officieel in bij de Kamer van Koophandel](#)

[5.3.3. Stap 3: Fiscale regelgeving en boekhouding](#)

[5.3.4. Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan](#)

[5.3.5. Stap 5: Een zakelijke rekening openen](#)

[5.3.6. Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen](#)

[5.3.7. Stap 7: Privacy / bescherming van persoonlijke gegevens \(een zakelijke website maken\)](#)

[5.3.8. Stap 8: Verzekering](#)

[5.3.9. Stap 9: Human Resources Management](#)

[5.3.10. Stap 10: Patenten en Merk](#)

Introductie

Een bedrijf starten in Nederland kan een langdurig proces zijn met alle wet-, regelgeving en regels, maar ook met alle mogelijkheden en kansen. Het is misschien moeilijk, maar het is de moeite waard, aangezien Nederland enorm veel ondersteuning biedt voor alle ondernemingen, of het nu gaat om juridische kwesties, financiële ondersteuning, advies, etc. Met plaatsen zoals "Area 071" in Leiden, daar heb je alles en iedereen die je nodig hebt om jou en je nieuw gestarte bedrijf ondersteunen. Ook staan zowel de Belastingdienst als het Handelsregister voor je klaar en staan ze in elke provincie in Nederland vermeld.

Om legaal een bedrijf te starten in Nederland, moet je aan bepaalde voorwaarden voldoen en strikte en gedegen wetten, regels en voorschriften volgen. Als je een nieuw bedrijf in Nederland wilt starten, moet je je aan verschillende (overheids-) regels houden. Sommige van deze wetten kunnen sectorspecifiek zijn, dus je moet de sectorspecifieke informatie voor jouw bedrijf raadplegen om te zien wat op jou en jouw bedrijf van toepassing is.

Om te beginnen moeten ondernemers die van plan zijn om in Nederland te blijven aan een aantal voorwaarden voldoen. Als je geen EU-burger bent, moet je tegelijkertijd een tijdelijke (bijv. Visum) en/of permanente (bijv. Dubbele nationaliteit) verblijfsvergunning aanvragen. Als je zaken wilt gaan doen in Nederland, heb je daarnaast een zakelijke bankrekening (bijvoorbeeld IBAN) nodig of moet je deze aanvragen. Het schrijven van een bedrijfsplan is geen noodzaak bij het starten van een rechtsgeldig bedrijf, maar het helpt wel om dit te doen. Als het om een bedrijf gaat, moet je altijd een rechtsgeldige bedrijfsstructuur selecteren en de genoemde structuur bepaalt zaken als aansprakelijkheid, belastingverplichtingen en nog veel meer. Enkele voorbeelden die kunnen worden gegeven, zijn een eenmanszaak of een besloten vennootschap.

5.3.1. Stap 1: Kies rechtsvorm

Ieder bedrijf dient ingeschreven te zijn in het [Handelsregister van de Kamer van Koophandel \(KvK\)](#). [Overzicht rechtsvormen PDF](#): Daar moet je direct aangeven welke rechtsvorm het beste van toepassing is op jouw bedrijf. De rechtsvorm die je kiest heeft gevolgen voor onder meer de aansprakelijkheid van de organisatie en bepaalde fiscale verplichtingen. Er zijn veel rechtsvormen om uit te kiezen, we hebben hieronder een uitsplitsing gemaakt. De meeste starters kiezen voor een eenmanszaak. Zijn er meerdere eigenaren? Dan kiezen ze vaak voor een vennootschap (VoF) of BV. Degenen die het meest geschikt zijn voor jonge ondernemers worden hieronder verder beschreven.

De Nederlandse rechtsvormen waar je uit kunt kiezen zijn:

- *Eenmanszaak*

De meeste mensen besluiten om een eenmanszaak op te richten als ze voor zichzelf beginnen.

Als je een Freelancer en/of ZZP'er (Zelfstandige zonder personeel) bent dan is dat geen rechtsvorm. Ook als zelfstandige of freelancer moet je een rechtsvorm kiezen, bijvoorbeeld een eenmanszaak.

Het opzetten van een eenmanszaak heeft een aantal voordelen: het is snel, gemakkelijk en biedt vaak meer belastingvoordelen dan het opzetten van een besloten vennootschap, vooral in de beginjaren. Een nadeel van het vestigen van een eenmanszaak is dat je persoonlijk aansprakelijk bent voor jouw bedrijfsschulden.

Het enige dat je hoeft te doen om je als eenmanszaak in Nederland te vestigen, is je in te schrijven bij de Kamer van Koophandel en dit proces kost € 50, -. Je kunt maar één eenmanszaak opzetten, maar je kunt opereren onder verschillende handelsnamen, verschillende commerciële activiteiten uitoefenen en werken vanuit meerdere panden.

Als je een eenmanszaak hebt, is je bedrijf geen rechtspersoon. Dit betekent dat je zelf aansprakelijk bent voor al jouw acties en financiën.

- *Vennootschap onder Firma (VoF)*

In een VoF start je samen met een of meerdere andere ondernemers een bedrijf. Het is de bedoeling dat alle partners iets bijdragen aan het bedrijf. Vaak is dit een geldbedrag, maar soms ook goederen of werkuren. Voor een VoF heb je geen startkapitaal nodig. De onderlinge afspraken leg je vast in een VOF-contract. Elke deelnemer is privé aansprakelijk voor de gehele VOF. Als je een VoF wilt starten, meld je dan aan bij het Handelsregister van de Kamer van Koophandel (KvK). Alle basisgegevens zoals de naam, activiteit en de namen van de partners worden geregistreerd.

- *Besloten Vennootschap (BV)*

Een mogelijkheid is om een rechtspersoon op te richten in de vorm van een Besloten Vennootschap (BV). Het grote voordeel van een BV is dat het een zelfstandige entiteit is. De BV is over het algemeen aansprakelijk voor eventuele schulden, en niet jij als individu. Als bestuurder ben je in dienst van de BV en handel je namens de BV. Het is mogelijk om alleen of samen met andere natuurlijke personen en/of entiteiten een BV op te richten (een voorbeeld hiervan is Area 071). Het eigen vermogen van een

besloten vennootschap is verdeeld in aandelen die eigendom zijn van de aandeelhouders (de eigenaren voeren zelf de dagelijkse taken uit en runnen het bedrijf)

Het starten van een besloten vennootschap of het veranderen van je eenmanszaak in een besloten vennootschap is in de loop der jaren een stuk gemakkelijker geworden door de flexibiliteit en groei in de ondernemerschapsmarkt.

Als je een besloten vennootschap hebt, bent je in theorie niet persoonlijk aansprakelijk voor de schulden van jouw bedrijf. Banken vragen echter over het algemeen dat je als bestuurder en grootaandeelhouder mee tekent voor leningen als particulier voor bescherming en een vorm van verzekering.

- *Limited Liability Partnership (LLP) (Partnerschap met beperkte aansprakelijkheid)*

Limited Liability Partnership (LLP) is een rechtsvorm uit Engeland die in Nederland wordt erkend. LLP is te vergelijken met een VoF en Maatschap: een samenwerkingsverband tussen minimaal twee (rechts) personen. Met een LLP heb je recht op de starttoeslag, de zelfstandigenaftrek en de mkb-winstvrijstelling. Bovendien zorgt het LLP voor beperkte aansprakelijkheid

- *Commanditaire Vennootschap (CV)*

Een Commanditaire Vennootschap (CV) is interessant als je niet genoeg geld hebt om op te starten. Een CV heeft beherende en stille partners, de beherende vennoot heeft de dagelijkse leiding van het bedrijf en de stille partners zijn slechts geldschietters.

- *Maatschap*

In een Maatschap, oefenen 2 of meer personen hun beroep uit onder een gemeenschappelijke naam. Iedere deelnemer draagt iets bij, zoals arbeid, geld of goederen en het voordeel wordt verdeeld.

- *Stichting*

Wil je een bepaald sociaal, non-profit of idealistisch doel bereiken, zoals natuurbehoud, hulp aan andere mensen of het verspreiden van cultuur? En Heb je hiervoor geld beschikbaar? Dan kun je kiezen voor een Stichting als rechtsvorm. Je kunt alleen of met anderen een Stichting opzetten. De Stichting gebruikt eventuele winst om het ideale doel te bereiken.

- *Vereniging*

Heb je een wens of doel en wil je daar samen met anderen aan werken, zoals een sportvereniging of belangenvereniging? Dan kun je de Vereniging als rechtsvorm kiezen.

- *Coöperatieve vereniging*

Een coöperatieve en onderlinge waarborgmaatschappij (voluit: coöperatieve vereniging) is een bijzondere vereniging die zich richt op samenwerking en die overeenkomsten aangaat met en voor haar leden.

5.3.2. Stap 2: Schrijf je bedrijf officieel in bij de Kamer van Koophandel

Een bezoek aan de Kamer van Koophandel (KvK) is verplicht voor (bijna) iedereen die een eigen bedrijf start. Om zaken te kunnen doen, moet jouw bedrijf zijn ingeschreven in het Handelsregister van de Kamer van Koophandel (KvK). Logischerwijs is de volgende stap het kiezen van een geschikte "handelsnaam" voor jouw bedrijf. Om verder te komen moet de naam origineel zijn en geen plagiaat van een ander groot of klein merk/bedrijf. Zoals eerder vermeld moet je jouw naam registreren in het handelsregister, dit moet uiterlijk een week nadat je bent begonnen. [Maak online een afspraak](#) en ga dan naar een Kamer van Koophandel. De inschrijving kost € 50, dit zijn kosten die je van de winst kunt aftrekken. Je ontvangt direct een KvK-nummer.

5.3.3. Stap 3: Fiscale regelgeving en boekhouding

Als je jouw bedrijf hebt ingeschreven in het Handelsregister van de Kamer van Koophandel, hoef je jezelf niet apart in te schrijven bij de Belastingdienst, dit gebeurt automatisch.

Btw-identificatienummer en btw-nummer

Er komen meer rechtspersonen in beeld, zoals de Belastingdienst. Als jouw bedrijfsstructuur een eenmanszaak of maatschap is, krijg je een btw-nummer, zodat je jezelf niet apart bij de Belastingdienst hoeft aan te melden. BV's dienen zich in te schrijven via een notaris, die namens jou de inschrijving bij de Belastingdienst verzorgt.

Belasting over de Toegevoegde Waarde (BTW) / Omzetbelasting

BTW moet betaald worden door alle eindgebruikers, met soms de mogelijkheid voor vrijstelling van rechtsvormen en/of startups).

Goede feiten om te weten: De Belastingdienst stuurt je na een week per post een BTW identificatienummer en BTW nummer als blijkt dat je BTW plichtig bent.

- Je vermeld het BTW identificatienummer op je facturen, offertes en website
- Je gebruikt het omzetbelastingnummer om aangifte omzetbelasting bij de Belastingdienst in te dienen.

Voor 2020 was er maar een nummer: het BTW nummer. Dit was echter gekoppeld aan je BSN, waardoor het privacygevoelig was. Uiteindelijk werkt de Belastingdienst toe naar één veilig nummer voor klanten om belasting te betalen.

Ben je ondernemer en heb je zelfstandig een bedrijf of beroep? Dan betaalt je over jouw omzet BTW (omzetbelasting). De rechtsvorm (bv. BV of NV) is niet van belang voor het betalen van BTW. Een stichting of vereniging betaalt ook BTW als de Belastingdienst dit als onderneming beschouwt.

De voorwaarden voor BTW zijn anders dan voor inkomstenbelasting. Op hoeveel btw moet je rekenen?

- Het standaardtarief voor BTW is 21%. Soms bereken je een ander tarief
- Voor bepaalde diensten bereken je 9% BTW. Bijvoorbeeld als je fietsen repareert of als je kapper bent
- Voor bepaalde goederen bereken je 9% BTW. Bijvoorbeeld voor eten, boeken en medicijnen
- Diensten met 0% BTW zijn bijvoorbeeld internationaal personenvervoer
- Goederen met 0% BTW zijn bijvoorbeeld goederen die je direct naar de veiling brengt
- In sommige branches en bij een aantal activiteiten hoef je geen BTW in rekening te brengen. Bijvoorbeeld in het onderwijs of als je excursies en rondleidingen verzorgt, je hebt dan vrijstelling van BTW

Is het voor jou niet duidelijk welk tarief je moet berekenen? De [Belastingdienst](#) onderzoekt afzonderlijk het btw-tarief van sommige producten en diensten, mochten daar vragen over zijn.

Vennootschapsbelasting (VPB)

Heb je bijvoorbeeld een BV of NV? Dan moet je aangifte vennootschapsbelasting (VPB) doen voor je bedrijf. De vennootschapsbelasting is een belasting over de belastbare winst. Soms moet een stichting of vereniging ook aangifte vennootschapsbelasting doen, afhankelijk van de hoogte van de winst geldt een vrijstelling.

Betalen over belastbare winst

Je bedrijf betaalt vennootschapsbelasting (VPB) over de belastbare winst in een boekjaar. Winsten kunnen nog steeds worden verlaagd als uw bedrijf verliezen kan compenseren. Een boekjaar is vaak hetzelfde als een kalenderjaar. Maar ook binnen de vennootschapsbelasting is een gebroken boekjaar (bijvoorbeeld van mei tot april) toegestaan. Het boekjaar voor de aangifte vennootschapsbelasting moet gelijk zijn aan het boekjaar in de statuten van de vennootschap.

Dividendbelasting

Dividendbetalingen door het bedrijf aan vennoten of aandeelhouders. Als uw NV of BV winst maakt, kan het bedrijf een deel van die winst uitkeren aan de aandeelhouders. Dit gebeurt meestal in de vorm van dividend. Het bedrijf dat het dividend uitkeert, moet dan dividendbelasting betalen aan de belastingdienst. In een aantal gevallen kun je in aanmerking komen voor (gedeeltelijke) vrijstelling of teruggaaf van dividendbelasting.

5.3.4. Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan

Starters zien er soms tegen op om een bedrijfsplan te schrijven. Maar als je dit serieus neemt, kan het je veel voordeel opleveren:

- Je brengt je zakelijke kansen in kaart
- Je krijgt een goed beeld van je risico's
- Je weet wie je potentiële klanten zijn
- Je bent op de hoogte van relevante marktontwikkelingen

- Je maakt meer indruk op potentiële investeerders
- Zie ook [hoofdstuk 4](#) en [hoofdstuk 6](#).

Bij het starten van een bedrijf is het altijd de bedoeling om te groeien en uit te breiden. Groei en uitbreiding betekent dat je meer mensen bij jouw zaak moet betrekken, d.w.z. mensen aannemen. Als je van plan bent personeel aan te nemen, moet je jezelf eerst als werkgever aanmelden bij de Belastingdienst.

5.3.5. Stap 5: Een zakelijke rekening openen

Het openen van een zakelijke rekening is vaak de volgende logische stap. Zakelijk bankieren is een goede manier om overzicht te houden over je inkomsten en uitgaven. Dit voorkomt ook dat je zakelijke en privé-administratie hopeloos in de war raakt.

In Nederland hebben verschillende banken ondernemersregelingen voor jonge ondernemers:

Qredits heeft in Nederland ruim honderd miljoen euro beschikbaar aan microkredieten. Qredits, de handelsnaam van de Stichting Microkrediet Nederland, springt in het gat dat de banken laten vallen. Sinds begin dit jaar zet de stichting zich in voor kleine ondernemers, ook voor kansarme groepen. Geld lenen bij banken is altijd een uitdaging geweest voor kleinere ondernemers, maar door de financiële crisis is het voor veel (startende) ondernemers een onmogelijke opgave geweest. Daarom wil Stichting Microkrediet Nederland kleine ondernemers door heel Nederland helpen krediet te krijgen onder de naam Qredits uit Almelo - [click Qcredits](#).

Overheidssubsidies

De minister van Sociale Zaken en Werkgelegenheid stelt vanaf 2020 € 48 miljoen beschikbaar voor initiatieven gericht op het stimuleren van leren en ontwikkelen in het MKB. Daarnaast komt voor hetzelfde doel € 1,2 miljoen beschikbaar bij grote bedrijven in de agrarische, horeca en recreatiesector.

Houd de website goed in de gaten. Eventuele updates met betrekking tot de [SLIM-subsidieregeling worden op deze website vermeld](#).

5.3.6. Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen

In de meeste gevallen heb je geen diploma of beroepskwalificatie nodig om een bedrijf te starten, maar in sommige gevallen zijn voor bepaalde beroepen een diploma of beroepskwalificatie vereist.

Als ondernemer moet je soms rekening houden met het aanvragen van vergunningen. Vergunningen zijn belangrijk en in sommige gevallen verplicht, als je een bedrijf wilt starten. Bij de [Kamer van Koophandel](#) kun je in detail vinden welke vergunningen je nodig hebt voor je bedrijf. Daarnaast stelt de gemeente waar jouw bedrijf zich bevindt ook bepaalde eisen, voor deze specifieke eisen gelden per gemeente verschillende regels.

In zakelijk opzicht speelt het vaststellen van een fysieke locatie een grote rol. Er moet een bestemmingsplan worden overwogen voor de voortgang van je bedrijf. Ga je jouw bedrijf vestigen op een bepaalde locatie, dan moet deze locatiekeuze passen in het gemeentelijk bestemmingsplan. Als dit niet het geval is, kun je een “Alles-in-één Vergunning Fysieke Aspecten” aanvragen om jouw plannen toch uit te voeren. Nadat een voorkeurslocatie in een gemeentelijk gebied is overwogen, is de volgende stap voordat een bedrijf wordt opgericht, rekening te houden met milieuregels die een negatieve invloed kunnen hebben op het milieu (bijv. afval, gevaar voor wilde dieren/publiek, enz.). Als je denkt dat dit het geval zou kunnen zijn, dien je vooraf een melding bij milieubeheer in te dienen bij de gemeente, tenzij je vooraf in het bezit bent van een “Alles-in-één Vergunning Fysieke Aspecten”.

Zowel bij de Kamer van Koophandel als bij de gemeenten zijn experts aanwezig die je op weg kunnen helpen in de wirwar van vergunningen. Hieronder vindt je algemene informatie over vergunningen die je zeker nodig hebt.

Bestemmingsplan

In Nederland bepalen overheidsbestemmingsplannen waar je wel en niet je bedrijf kunt vestigen. In deze bestemmingsplannen staat ook wat de bestemmingen zijn van jouw bedrijfspand en kavel en wat er kan veranderen in de omgeving van uw bedrijf. Het is daarom belangrijk om te weten wat er in het bestemmingsplan staat, zodat je niet voor verrassingen komt te staan. Ook moet je er rekening mee houden dat een gemeente een bestaand bestemmingsplan kan wijzigen. Het is belangrijk om de procedure hiervoor te kennen, want de toekomst van jouw bedrijf kan hiervan afhangen.

Milieuvoorschriften en vergunningen voor starters

Daarnaast hebben ondernemers vaak te maken met milieuregels op het gebied van geluid, energie en afval. De regels die op jou van toepassing zijn kunnen per regio, vakgebied en type bedrijf verschillen. Om dit te vergemakkelijken is in 2010 de omgevingsvergunning ingevoerd. In de omgevingsvergunning zijn circa 25 andere vergunningen opgenomen, waaronder de hieronder besproken Milieuvergunning, Bouwvergunning en Gebruiksvergunning.

Milieuvergunning

Als je een bedrijf in Nederland wilt opzetten, krijg je te maken met de Wet milieubeheer. Deze wet is van toepassing op bijna alle bedrijven en is bedoeld om de milieuvervuiling binnen de wettelijke normen te houden. Als je overlast, gevaar of schade kunt veroorzaken, heb je waarschijnlijk een vergunning nodig. Sommige ondernemers komen in aanmerking voor een vrijstelling. De rijksoverheid heeft [meer informatie](#).

Bouwvergunning

Als je jouw bedrijfspand wilt (ver) bouwen, moet je ook diverse vergunningen aanvragen, dat kan met een omgevingsvergunning. Je krijgt dan te maken met de Woningwet, het Bouwbesluit en de gemeentelijke bouwvoorschriften. Voor meer informatie kun je terecht in de gemeente waarin je gaat (ver) bouwen.

Gebruiksvergunning

Het vergunningensysteem voor brandveilig gebruik kent twee procedures. Namelijk;

- een procedure waarbij een vergunning voor brandveilig gebruik wordt verleend. Vaak bekend onder de naam "Gebruiksvergunning", dit is bijv. nodig als in de accommodatie kinderen onder de 12 jaar aanwezig zijn enz.
- de tweede procedure is een aanvraag waarvoor een "brandveilig gebruiksrapport" wordt aangevraagd. Dit is alleen verplicht als er meer dan 50 personen tegelijk in een winkel of kantoorpand worden toegelaten. De gebruiksvergunning en het rapport brandveilig gebruik dienen zowel schriftelijk (formulieren en tekeningen/plattegronden) te worden aangevraagd als middels een korte procedure te worden afgerond.

Overige milieuvergunningen

Andere milieuvergunningen zijn::

- sloopvergunning
- vergunning afvalstoffen
- huisvestingsvergunning
- monumentvergunningen

Denk je dat je een omgevingsvergunning nodig hebt? Doe dan eerst de vergunning controle. Een omgevingsvergunning vraag je online aan via de milieubalie.

Lokale belastingen: vergunningen

Elke gemeenteraad stelt een Algemeen Plaatselijke Verordening (APV) op, dat het gebruik van de openbare ruimte regelt (bijvoorbeeld voor terrassen, reclame). De APV kent doorgaans een vergunningensysteem waarbij toepasselijke verboden niet voor jou gelden als je hiervoor een vergunning hebt gekregen. Aan het verkrijgen van deze vergunningen zijn kosten verbonden.

Werk vanuit huis

Soms is het kiezen van een nieuwe locatie voor jouw bedrijf misschien niet ideaal als je klein wilt beginnen of niet teveel ruimte nodig hebt. In wezen zou je een bedrijf kunnen starten vanuit je eigen huis en als je van plan bent een bedrijf vanuit huis te runnen, bent je normaal gesproken verplicht om dit plan te melden bij de plaatselijke gemeente. Ook moet je rekening houden met diverse fiscale en hypotheekzaken.

5.3.7. Stap 7: Privacy / bescherming van persoonlijke gegevens (een zakelijke website maken)

Tegenwoordig kan een bedrijf niet meer zonder een zakelijke website, die je vervolgens kunt promoten op de bekende Sociale Media.

Nederland heeft een hoog percentage algemene internet-, sociale netwerksite- en smartphonegebruikers. De Nederlandse Grondwet bevat een bepaling over de bescherming van de privacy van persoonsgegevens. De Wet bescherming persoonsgegevens regelt in grote lijnen de bescherming van persoonsgegevens; online privacy wordt met name geregeld door de Telecommunicatiewet, die onlangs is gewijzigd om privacy bepalingen op te nemen die volgens sommige commentatoren strenger zijn dan die van de EU. Nederland heeft belangrijke privacyrichtlijnen van de Europese Unie, zoals de richtlijn persoonsgegevens, de richtlijn gegevensbewaring en de richtlijn privacy en elektronische communicatie, in de nationale wetgeving opgenomen..

Voor de verwerking van eventuele persoonsgegevens in Nederland is ondubbelzinnig toestemming van de betrokkene vereist; bepaalde soorten persoonlijke gegevens, zoals gegevens over iemands religie, mogen echter niet worden verwerkt. Internetserviceproviders hebben de plicht om de privacy van gebruikers en abonnees te beschermen. De Autoriteit Persoonsgegevens is een belangrijke instantie die zich bezighoudt met de bescherming van persoonsgegevens, maar twee andere instanties spelen een rol bij het toezicht op telecomaانبieders en de telecommarkt. Een van de mogelijke toekomstige veranderingen in het Nederlandse juridische kader van online privacy is de goedkeuring van een grondwetswijziging over de bescherming van digitale rechten.

Wettelijk kader

De Grondwet van het Koninkrijk der Nederlanden voorziet in de bescherming van de persoonlijke levenssfeer in artikel 10, dat als volgt bepaalt:

Een ieder heeft recht op eerbiediging van zijn persoonlijke levenssfeer, onverminderd de beperkingen bij of krachtens de wet gesteld. De wet stelt regels ter bescherming van de persoonlijke levenssfeer in verband met de vastlegging en verspreiding van persoonsgegevens. De wet stelt regels omtrent het recht dat personen op de hoogte te worden gehouden van over hen geregistreerde gegevens en het gebruik dat daarvan wordt gemaakt, en deze te laten corrigeren. [7] De grondwet voorziet ook in de onschendbaarheid van de persoon [8] en het huis [9] en beschermt tegen de schending van de privacy van correspondentie en van de telefoon en telegraaf, tenzij anders bepaald in de wetten van het parlement [10].

Als het gaat om de verwerking van persoonsgegevens, wordt de opslag en verwerking gereguleerd door de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). De AVG bestaat uit een aantal regels voor de (automatische) verwerking van persoonsgegevens. Deze EU-verordening dwingt je als ondernemer om zorgvuldiger en verantwoordelijker om te gaan met persoonsgegevens van klanten, personeel of anderen. Dat betekent dat uw website een AVG-beveiligde website moet zijn. Deze wet geeft mensen sterkere privacy rechten en organisaties meer verantwoordelijkheden. Zo zijn organisaties verplicht om te laten zien welke persoonsgegevens ze verzamelen en hoe ze deze

gebruiken en beveiligen. Mensen hebben het recht om gegevens te laten verwijderen als ze niet langer willen dat een organisatie persoonsgegevens over hen verwerkt.

AVG-handleiding / Algemene verordening gegevensbescherming (AVG)

Instructies

Om managers en ondernemers te helpen tijdig voorbereid te zijn op alle veranderingen, heeft het ministerie van Justitie en Veiligheid (JenV) een handleiding van 98 pagina's uitgegeven waarin volledig wordt uitgelegd hoe de nieuwe wet en de nodige maatregelen geïmplementeerd en gecontroleerd moeten worden. Het document, getiteld 'Handboek Algemene Verordening Gegevensbescherming en Uitvoeringswet Algemene Verordening Gegevensbescherming', is opgesteld door adviesbureau Overweging onder auspiciën van het Ministerie van JenV. Daarnaast is bij het opstellen van de handleiding ook een externe klankbordgroep geraadpleegd.

De uitgebreide gebruikershandleiding loopt stap voor stap langs de verschillende punten die van belang zijn voor wie met de AVG te maken krijgt. Dit is ook het eerste punt waar het document over gaat: op wie is de AVG eigenlijk van toepassing? In het algemeen kan worden gesteld dat de wet van toepassing is op iedereen die zich bezighoudt met de opslag en verwerking van persoonsgegevens van EU-burgers. Dit kunnen zowel bedrijven en instellingen zijn als mensen, zoals zelfstandigen. Er zijn echter enkele uitzonderingen. Zo is de wet niet van toepassing als de verwerking uitsluitend is bedoeld voor puur persoonlijke of huishoudelijke activiteiten die geen verband houden met zakelijke activiteiten. Daarnaast is de verwerking van persoonsgegevens door de politie bij het opsporen van strafbare feiten vrijgesteld van de regeling. Hierop is de aparte Wet politiegegevens van toepassing.

De overgang naar de nieuwe wetgeving heeft ook nu nog een grote impact op bedrijven en instellingen. Om ervoor te zorgen dat de organisatie op tijd goed georganiseerd is om aan de aangescherpte regels te voldoen, is het vaak nodig om grote aanpassingen door te voeren met betrekking tot processen, systemen, werkwijze, cultuur, personeel en beleid.

Bedrijven die hun zaken niet op orde hebben lopen een groot risico: bij niet-naleving kunnen hoge boetes worden uitgekeerd, oplopend tot € 20 miljoen, of zelfs 4% van de wereldwijde jaaromzet van een bedrijf als dit meer is dan € 20 miljoen.

Functionaris voor gegevensbescherming

Een belangrijke nieuwe taak voor veel van de bedrijven en instellingen die met de AVG te maken hebben, is het aanstellen van een Functionaris Gegevensbescherming (FG), wiens taak het is om toe te zien op de naleving van de regels. Op deze manier moet de FG er ook rekening mee houden dat de verschillende elementen binnen een organisatie goed gewapend zijn tegen de huidige cyberdreigingen. Dit houdt bijvoorbeeld in dat medewerkers zorgvuldig met data omgaan en cybercriminelen buiten de (digitale) deur houden. [Gids met betrekking tot de privacywetgeving](#).

5.3.8. Stap 8 Verzekering

Een ongeval - of het nu een lichamelijk of psychisch probleem is - zit in een klein hoekje. Waar je als werknemer nog kon rekenen op de steun van je werkgever, ben je als ondernemer verantwoordelijk voor de (financiële) gevolgen van ziekte en ongevallen.

Voor freelancers/zzp'ers in Nederland is het op dit moment, in tegenstelling tot voor werknemers, niet verplicht om een verzekering voor ziekte, invaliditeit of werkloosheid te hebben. Daarom moeten zij zelf een regeling treffen voor dit soort sociale verzekeringen als zij een uitkering willen ontvangen bij bijvoorbeeld ziekte of arbeidsongeschiktheid. Er zijn echter uitkeringsregelingen voor zwangerschapsverlof en kinderopvang beschikbaar. Nationale verzekeringen (sociale zekerheid) gelden echter ook voor freelancers/zelfstandigen.

Vrijwillige verzekering

Oud-werknemers of uitkeringsgerechtigden in Nederland die een eigen bedrijf beginnen, kunnen bij UWV meerdere verzekeringen afsluiten. Hiervoor dienen zij zich binnen 13 weken na opzegging van hun verplichte werknemersverzekering door vroegere arbeid of uitkering in te schrijven..

Iedere freelancer / zelfstandige kan zich vrijwillig verzekeren tegen een aantal bedrijfsrisico's bij een verzekeringsmaatschappij. In de toekomst kan het verplicht worden om een verzekering tegen arbeidsongeschiktheid af te sluiten. Informatie over verzekeringen op het gebied van arbeidsongeschiktheid, ouderdomsvoorziening en aansprakelijkheid vindt u op de website Verzekeringen voor zelfstandigen (Verzekeren voor Zelfstandigen).

Voor mensen die langer dan 1 jaar zelfstandig werken, is het ook mogelijk om met een groep andere zzp'ers een 'broodfonds' op te richten. Dit is een vrijwillige regeling waarbij deelnemers (20-50 personen) allemaal geld in een fonds storten om elkaar te kunnen ondersteunen in geval van ziekte.

Nationale verzekeringsregelingen

Nationale verzekeringen zijn verplicht voor iedereen die in Nederland werkt of woont. Freelancers/ZZP'ers betalen in Nederland premie volksverzekeringen via hun inkomstenbelasting. Daarnaast zijn er verschillende manieren om de activa van uw bedrijf te waarborgen in geval van wettelijke aansprakelijkheid of enig ander risico dat je jezelf niet kunt veroorloven.

5.3.9. Stap 9: Human Resources Management

Algemeen

De belasting van werknemers in Nederland bestaat uit de heffing van personenbelasting en premies sociale verzekeringen. De werkgever heeft een inhoudingsplicht voor belastingen die verschuldigd zijn over het salaris van de werknemer (loonbelasting) en de sociale bijdragen die verschuldigd worden over het salaris van de werknemer.

De Nederlandse socialezekerheidsbijdragen bestaan uit de premies volksverzekeringen en de premies werknemersverzekeringen. De premie volksverzekeringen is in principe verschuldigd door iedere

Nederlandse individuele belastingplichtige, ongeacht de aard van het inkomen. De heffing van de premie volksverzekeringen is geïntegreerd in de heffing inkomstenbelasting en loonbelasting.

De premies werknemersverzekeringen zijn alleen verschuldigd door werkgever en werknemer vanwege kwalificerend inkomen uit arbeid. De heffing van de premies werknemersverzekeringen wordt gescheiden van de heffing van inkomstenbelasting. Voor werknemers die tijdelijk in Nederland worden geplaatst kan een vrijstelling van het Nederlandse socialezekerheidsstelsel gelden op grond van toepasselijke verdragen en/of EU-regelgeving.

Individuele inkomensbelasting

Ingezetenen zijn onderworpen aan individuele inkomstenbelasting over hun wereldwijde inkomen.

Inkomsten verdiend buiten Nederland kunnen in aanmerking komen voor een vrijstelling op grond van toepasselijke belastingverdragen of de Nederlandse eenzijdige regels ter voorkoming van dubbele belasting.

Niet-ingezetenen zijn alleen onderworpen aan individuele inkomstenbelasting over bepaalde soorten inkomsten uit Nederlandse bron, waaronder inkomen uit loondienst

Vastgoed gelegen in Nederland

Inkomsten uit deelnemingen in een Nederlandse vennootschap, mits het belang gelijk is aan of groter is dan 5% van de aandelen. Er gelden speciale regels voor bepaalde categorieën belastingplichtigen, zoals sporters of artiesten.

Het centrum van vitaal belang zal doorslaggevend zijn voor kwalificatie als Nederlands ingezetene b.v. fysieke aanwezigheid van de belastingplichtige en zijn gezin in Nederland.

Een buitenlandse belastingplichtige met een inkomen uit Nederlandse bron kan kiezen voor de status van ingezetene belastingplichtige als dit om wat voor reden dan ook voordelig is. Meestal wordt dit gedaan om in aanmerking te komen voor persoonsgebonden aftrekposten en aftrek van bepaalde uitgaven die doorgaans niet zijn toegestaan voor niet-ingezetene belastingbetalers.

Op grond van de meeste belastingverdragen is een buitenlandse werknemer die door een buitenlandse werkgever aan Nederland wordt toegewezen, vrijgesteld van Nederlandse inkomstenbelasting/loonbelasting als de werkdagen van de werknemer in Nederland niet langer zijn dan 183 dagen in een belastingjaar. Deze regel is doorgaans niet van toepassing als de buitenlandse werknemer een Nederlandse werkgever heeft. Voor in het buitenland gevestigde uitzendbureaus kunnen speciale regels gelden.

Vanaf 2001 is de Nederlandse inkomstenbelasting gebaseerd op drie soorten inkomen (inkomensboxen). Elke box heeft zijn eigen belastingtarief:

Box 1: belastbaar inkomen uit werk en woning (progressief tarief, zie onder Nederlandse belastingtarieven voor particulieren - 2017)

Box 2: belastbaar inkomen uit aanmerkelijk belang (vast tarief van 25%)

Box 3: belastbaar inkomen uit sparen en beleggen (vast tarief van 30% over fictief inkomen van 4%)

Elke vorm van inkomen wordt slechts in één box belast (alle "emolumenten" van tewerkstelling - bijvoorbeeld salaris, bonus, auto van de zaak en verstrekkingen - zijn onderworpen aan inkomstenbelasting in box 1). Er kan nooit dubbele belasting worden geheven. Als het inkomen in de ene box negatief is, is dit in de meeste gevallen niet te verrekenen met een positief inkomen in een andere box. Wel is het in principe mogelijk om het negatieve bedrag te verrekenen met een positief inkomen in dezelfde box in afgelopen of toekomstige jaren.

Het individuele inkomstenbelastingjaar is het kalenderjaar.

Loonbelasting en premies volksverzekeringen

Loonbelasting is een voorschot op de individuele inkomstenbelasting. Over het inkomen uit dienstbetrekking worden gezamenlijk loonbelasting en premies volksverzekeringen geheven.

Alle Nederlandse werkgevers, ook niet-ingezetene werkgevers met een vaste vestiging in Nederland, zijn verplicht loonbelasting en premies volksverzekeringen in te houden op de loonbetalingen en treden daarbij op als inhoudingsplichtige voor de Nederlandse Belastingdienst.

De tarieven zijn progressief en afhankelijk van het inkomen. Voor de tarieven verwijzen wij je naar de Pagina Belastingtarieven voor particulieren - 2018. Loonbelastingtarieven zijn in principe gelijk aan de individuele inkomstenbelastingtarieven, hoewel door de veel ruimere belastbare basis van de inkomstenbelasting de uiteindelijke effectieve tarieven kunnen afwijken. Voor veel particulieren is de loonbelasting echter een eindbelasting.

Afhankelijk van het niveau van het inkomen uit arbeid en andere criteria, kunnen individuen de wettelijke verplichting hebben om aangifte inkomstenbelasting in te dienen. Het indienen van een belastingaangifte wordt gevolgd door het uitbrengen van een belastingaanslag waarbij de reeds betaalde loonbelasting wordt verrekend met de uiteindelijke verschuldigde inkomstenbelasting.

Werknemersbijdragen sociale verzekeringen

Naast de premies volksverzekeringen die tot de laagste twee inkomstenbelastingtarieven behoren, zijn werknemersverzekeringen over het inkomen uit arbeid verschuldigd door de werknemer. De premies worden berekend over brutolonen (met een maximumbedrag), verminderd met ingehouden pensioenpremies en gecorrigeerd voor enkele technische verschillen met het fiscaal inkomen.

Werknemers betalen bovendien een premie sociale verzekeringen (inclusief ziektekostenverzekering) en een premie WW.

De tarieven zijn afhankelijk van de branche. Voor meer informatie kun je contact met ons YME Team opnemen.

Tarieven inkomstenbelasting

Voor een overzicht van de tarieven van de Nederlandse inkomstenbelasting en de premies volksverzekeringen verwijzen wij naar de pagina Nederlandse belastingtarieven voor particulieren.

5.3.10 Stap 10: Patenten en Brands

Octrooiencentrum Nederland is de officiële Nederlandse overheidsinstantie die Nederlandse octrooien verleent, nationale en internationale octrooireglementen in Nederland implementeert en octrooien promoot als bron van informatie en inspiratie. Octrooiencentrum Nederland is een afdeling van de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO).

Octrooiencentrum Nederland ondersteunt en begeleidt ondernemers (MKB, starters), de dienstensector, wetenschappers, onderzoekers, docenten en studenten. Je kunt kosteloos overleggen met Octrooiencentrum Nederland over octrooi gerelateerde vragen of over andere manieren om jouw intellectuele eigendom te beschermen (IE).

Bron: www.ikgastarten.nl en kvk: <https://ondernemersplein.kvk.nl/>

5.4. Stapsgevijs Italië

[5.4.1. Stap 1: Kies een rechtsvorm](#)

[5.4.2. Stap 2: Schrijf je bedrijf officieel in bij de Kamer van Koophandel](#)

[5.4.3. Stap 3: Fiscale regelgeving en boekhouding](#)

[5.4.4. Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan](#)

[5.4.5. Stap 5: Een zakelijke rekening openen](#)

[5.4.6. Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen](#)

[5.4.7. Stap 7: Privacy / bescherming van persoonlijke gegevens \(een zakelijke website maken\)](#)

[5.4.8. Stap 8: Verzekering](#)

[5.4.9. Stap 9: Human Resources Management](#)

[5.4.10. Stap 10: Patenten en Brands](#)

5.4.1. Stap 1: Kies een rechtsvorm

Hoewel er verschillende vormen van juridische entiteit zijn voor bedrijven in Italië, maakt het ondernemingsrecht van het land voornamelijk onderscheid tussen naamloze vennootschappen en partnerschappen. We hebben de meest voorkomende soorten organisatie-eenheden op een rijtje gezet.

Vennootschappen

Er zijn twee hoofdtypen naamloze vennootschappen:

Società per azioni (S.p.A. of SpA) Een naamloze vennootschap - bij benadering het equivalent van een naamloze vennootschap met aandelen - deze vorm van entiteit wordt meestal gebruikt voor grotere bedrijven en is niet altijd een entiteit met beperkte aansprakelijkheid. Een SpA vereist een minimale investering van 120.000 EUR en minstens één bestuurder. Gecontroleerde rekeningen moeten worden gedeponereerd bij het lokale handelsregister. Er zijn drie managementopties: een traditionele raad met één enkele bestuurder; een raad van bestuur; of een bestuur aangewezen door een door de aandeelhouder gekozen commissie van toezicht.

Società a responsabilità limitata (S.r.L.) Het meest gebruikte formaat voor kleine en middelgrote bedrijven, een S.r.L. is een naamloze vennootschap (hoewel er enkele verschillen zijn tussen een Italiaanse S.r.L. en de VK/VS definitie van een naamloze vennootschap), waarvoor ten minste één aandeelhouder en een minimale investering van 10.000 EUR vereist is. Aandeelhouders zijn beperkt aansprakelijk voor wat betreft hun bijdrage.

Partnerschappen

Er zijn twee belangrijke vormen van partnerschap:

Società in nome collettivo (S.n.c.) - algemeen commercieel partnerschap An S.n.c. vereist minimaal twee partners (natuurlijke personen of rechtspersonen); alle partners zijn algemene leden van de maatschap en dragen volledige aansprakelijkheid en managementverantwoordelijkheid. Er wordt geen minimumoprichtingskapitaal bepaald.

Società in accomodandita semplice (S.a.s.) - commanditaire vennootschap met beperkte aansprakelijkheid De belangrijkste voorwaarden zijn dezelfde als die voor een vennootschap onder firma. Minstens één partner moet echter een beperkte aansprakelijkheid hebben en een beperkte aansprakelijkheid hebben voor de omvang van hun bijdrage aan het bedrijf. De andere moet algemeen zijn en volledig aansprakelijk zijn voor de verplichtingen van het partnerschap.

5.4.2. Stap 2: Schrijf je bedrijf officieel in bij de Kamer van Koophandel

Bedrijfsregistratie Italië

Om een economische activiteit te starten, moet een nieuw bedrijf een code hebben die dat bedrijf identificeert, mits het legaal en juridisch bestaat: de "Partita IVA (het Italiaanse equivalent van btw-nummer)". De Partita IVA wordt geleverd door de "Agenzia delle Entrate (binnenlandse inkomsten)", de Italiaanse instelling die de fiscale regelgeving en belastingen controleert. De Partita IVA is samengesteld uit 11 cijfers, met name de eerste 7 cijfers identificeren de naam van de eigenaar, de volgende 3 cijfers identificeren het bedrijf aan de "Agenzia delle Entrate" en het laatste nummer is bedoeld voor controle.

Voor meer informatie [hier](#).

Specifieke economische sector

Bij het openen van een nieuw bedrijf is het type bedrijf de belangrijkste informatie die je moet doorgeven en waar je jezelf bewust van moet zijn. In Italië wordt elk bedrijf geïdentificeerd door de ATECO-code, een code die wordt verstrekt door de plaatselijke kamer van koophandel waar het bedrijf is geregistreerd. Deze code bevat ook informatie over de status van het bedrijf dat actief en inactief kan zijn. De Italiaanse overheid heeft een website gemaakt waarop bedrijven (die hun code vergeten zijn, of start-ups die de verschillende officiële economische activiteiten willen onderzoeken) de [ATECO-code](#) kunnen onderzoeken. [Deze website](#) is ook handig om meer technische informatie over de code te hebben.

5.4.3. Stap 3: Fiscale regelgeving en boekhouding

De boekhouding van een onderneming is cruciaal om haar gezonde ontwikkeling te verzekeren. Rekening houden met de activa, kosten en belastingen is belangrijk, maar niet altijd een gemakkelijke taak, daarom vertrouwen de meeste bedrijven op professionele accountants. Een van de sleutels tot

een goede boekhouding is het naleven van de juiste fiscale voorschriften. In Italië hebben we 3 verschillende soorten fiscale regelgeving:

* Regime forfettario (vlak regime): tot € 65.000,00 aan inkomen. Het belangrijkste kenmerk van dit regime is de afwezigheid van IVA, die daarom niet is opgenomen in de gemaakte facturen en ook niet in de facturen voor aankopen. Het is het meest geschikt voor eenmanszaken/freelancers.

* Regime semplificato (vereenvoudigd regime): minder dan € 400.000,00 aan inkomen. Dit fiscale regime is voor individuele bedrijven die het bedrag van € 65.000,00 euro hebben overschreden.

* Regime ordinario (gewoon regime): hoger dan € 400.000,00 aan inkomen. Het is het meest geschikt voor de Srl (het Italiaanse equivalent van Ltd).

Voor meer informatie <https://www.partitaiva24.it/tipologie-di-regime-fiscale/>.

5.4.4. Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan

Zie [Hoofdstuk 4](#) en [Hoofdstuk 6](#).

5.4.5. Stap 5: Een zakelijke rekening openen

Hoe je online een bankrekening opent in Italië

Emigreren brengt uitdagingen met zich mee, maar als expat zouden je financiën daar niet een van moeten zijn. Het openen van een bankrekening in Italië kan eenvoudig zijn, als je weet hoe (hint: ga online).

Wat zijn de verschillende soorten bankrekeningen in Italië?

De eerste Italiaanse bankbeslissing is of je een ingezetene rekening of een niet-ingezetene rekening wilt. Als je maar een deel van het jaar in Italië gaat wonen, bijvoorbeeld als je alleen onroerend goed koopt dat je daar wilt ver huren, kan een niet-ingezetene rekening voldoende zijn. Maar als je een serieuze tijd in Italië gaat doorbrengen, moet je een ingezetene rekening overwegen. Je hoeft geen Italiaans staatsburger te zijn om er een te krijgen - je moet er woonachtig zijn.

Er zijn verschillende soorten ingezetene rekeningen. Het volgende kan je verwachten:

- Conto corrente (lopende rekening) - net als in andere landen is dit het standaardtype rekening voor dagelijkse transacties.
- Conto corrente cointestato (gezamenlijke rekening) - dit is een lopende rekening die je deelt met iemand anders.
- Conto di risparmio (spaarrekening) - dit is voor je spaargeld, waarop je iets meer rente krijgt.

- Conto di deposito (depositorekening) - dit is een minder flexibel type spaarrekening dat mogelijk een hogere rentevoet biedt.

Hoe kies je een bankrekening in Italië

Er is een breed scala aan bankinstellingen in Italië. Er zijn grote nationale en internationale banken gevestigd in de grote steden, maar verder buiten de stad vind je kleinere lokale banken. Bovendien zijn er tegenwoordig ook nieuwere, digitale banken om te overwegen. Hier zijn een paar dingen om over na te denken terwijl je jouw beslissing neemt:

- Hoe gemakkelijk is het om de rekening te openen? Kun je het online doen?
- Moet je het filiaal vaak bezoeken en is er een bij jou in de buurt?
- Biedt de bank diensten aan in het Engels (of in jouw andere eerste taal)?
- Zijn er kosten en wat zijn deze?

Hoe open je een bankrekening in Italië

Je weet dus wat voor soort rekening je wilt en hebt een bank gekozen. Hier zijn onze tips om gemakkelijk een ingezetene rekening te openen:

- Wacht tot je in Italië bent. Het kan verleidelijk zijn om het proces vanuit het buitenland te starten, tenzij je een niet-ingezetene rekening krijgt, kan dit moeilijk zijn. Zelfs als je niet naar een filiaal hoeft te gaan om de rekening te openen, moet je nog steeds details verstrekken, zoals een geldig Italiaans adres. Dus misschien moet je gewoon je tijd afwachten.
- Houd je documenten bij de hand. Banken moeten je identiteit altijd kunnen verifiëren, dus je moet ze enkele documenten laten zien. Hieronder vindt je meer informatie over wat je nodig heeft.
- Ga naar jouw nieuwe bank of de website ervan. Als je klaar bent, kun je beginnen met het aanmeldingsproces. Voor traditionele instellingen moet je misschien naar een filiaal gaan, maar dankzij opties voor digitaal bankieren zoals N26 kun je online een aanvraag indienen.
- Wacht tot de post arriveert. Je moet een paar dagen wachten voordat je jouw bankpas en andere informatie per post ontvangt - nog een reden waarom het logisch is om al in Italië te zijn!

Hoe open je een online bankrekening in Italië

Traditionele Italiaanse banken kunnen voor buitenlanders voor verrassingen zorgen. De openingstijden kunnen bijvoorbeeld heel vreemd lijken: ze zijn meestal open van 's ochtends vroeg tot ongeveer 13.00 uur, en dan een uurtje later op de middag - maar dat is het dan.

Dat is slechts een van de redenen waarom je misschien een bank wilt waar je vrijwel alles online kunt doen. Een andere is de taalbarrière: sommige online banken bieden hun diensten aan in verschillende talen, dus je hoeft niet te proberen een bankmedewerker te vinden die toevallig jouw taal spreekt.

Bij N26 heb je keuze uit vijf talen en kan je alles online doen. Je kan [een volledige Italiaansde bankrekening opzetten](#) vanaf je telefoon in enkele minuten, zonder papierwerk, vanuit je luie stoel.

Het is echter belangrijk om te bedenken dat N26 alleen nuttig kan zijn bij de start van een nieuw bedrijf, aangezien betalingen in Italië vertraging kunnen oplopen (ondanks het feit dat contractuele betalingen binnen 30 tot 60 dagen verschuldigd zijn, kunnen deze vaak zelfs nog meer vertragen). In

deze gevallen hebben bedrijven de steun nodig van lokale fysieke banken die hierin kunnen voorzien, de Fidi Bancari (Bankschulden).

Hoeveel kost het om een bankrekening te openen in Italië?

Elke bank heeft zijn eigen tarieven en deze kunnen erg variëren. Het is een van de belangrijkste factoren waarmee je rekening moet houden bij het kiezen van een rekening. De tarieven in Italië zijn naar Europese maatstaven vaak aan de hoge kant.

Er kunnen kosten voor het openen van een rekening zijn, maar de kosten die je op de lange termijn meer kosten, zijn de kosten die je elke maand of zelfs elke transactie betaalt.

Soorten bankrekeningkosten in Italië.

Bij een standaard Italiaanse bankrekening kun je de volgende kosten verwachten:

- Onderhoudsvergoeding - deze servicekosten kunnen regelmatig in rekening worden gebracht, bijvoorbeeld elke maand..
- Transactiekosten - het kan zijn dat de bank je een klein bedrag in rekening brengt voor elke afzonderlijke transactie die op je afschrift staat. Mogelijk krijg je elk jaar een bepaald aantal gratis.
- Opnamekosten voor contant geld - als je een geldautomaat ATM (bancomat in het Italiaans) gebruikt om geld op te nemen, kunnen er kosten in rekening worden gebracht, vooral als je geen gebruik maakt van de geldautomaat ATM van jouw eigen bank..
- Internationale transferkosten - dit kan een groot probleem zijn voor expats. Als je geld naar het buitenland moet sturen, wat aannemelijk is, kijk dan wat jouw bank hiervoor in rekening brengt. Deze vergoedingen kunnen enorm variëren.

Niet alle banken zullen dezelfde kosten in rekening brengen en het is de moeite waard om verschillende opties te overwegen. Probeer een bankrekening te vinden waar het vergoedingenschema in je voordeel werkt - het kan bijvoorbeeld in jouw belang zijn om internationale overboekingskosten te minimaliseren, of om een bankrekening te nemen die niet zo veel vraagt voor het opnemen van geld.

Wat heb je nodig om een bankrekening te openen in Italië?

Je moet je nieuwe bank enkele documenten laten zien om je te identificeren. De details kunnen variëren, maar de algemene vereisten om een bankrekening in Italië te openen zijn:

- ID, zoals een paspoort..
- Een geldig Italiaans adres. De meeste banken hebben een bewijs van je adres nodig, zoals een energierekening, hoewel N26 een uitzondering is - je hoeft er alleen legaal te wonen.
- Je codice fiscale (belastingnummer).
- Bewijs van werk (of bewijs dat je studeert, als je een student bent).

Dit is alleen voor een ingezetene bankrekening - voor een niet-ingezetene bankrekening, zoals je zou verwachten, is het allemaal iets anders.

Op welke leeftijd kun je een bankrekening openen in Italië?

Over het algemeen moet je 18 jaar oud zijn om een volledige bankrekening in Italië te openen. Iedereen die jonger is, heeft misschien een ouder of voogd nodig. Je kunt je leeftijd bewijzen met je identiteitsbewijs.

Hoeveel kost het om een bankrekening in Italië op te zetten?

Het klinkt paranoïde, maar het is de moeite waard om dit te controleren voordat je een bankrekening opent. Als je denkt dat je de bankrekening op een bepaald moment wilt sluiten, moet je erachter komen hoe gemakkelijk de bank het maakt en hoeveel het je in rekening kan brengen. Er kunnen extra kosten en meer papierwerk zijn - het laatste dat je nodig hebt als je je laatste dagen in Italië zou moeten zijn is om zoveel mogelijk gelato te eten.

Relevante links [N26 Bank Account\(new tab\)](#) [N26 Business You account](#)

5.4.6. Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen

Milieubescherming

In Italië is milieubescherming een zeer ernstige zaak. De Italiaanse wetgeving voor milieubescherming is zelfs de strengste in de EU, met strikte boetes en juridische procedures en niet flexibel. Milieubescherming is een verantwoordelijkheid van alle bedrijven, niet alleen bedrijven die actief zijn in bepaalde sectoren (transport, chemische industrie, enz.), maar ook bedrijven in de voedingsindustrie, in de landbouw, bedrijven die in de logistiek werken, enzovoort.

De regelgeving op het gebied van milieu houdt rekening met bodem-, water- en luchtverontreiniging. De te ondernemen acties zijn natuurlijk verschillend, afhankelijk van het soort economische activiteiten dat het bedrijf uitvoert, en voor elk hiervan moet het bedrijf bijvoorbeeld een milieuvergunning verkrijgen.:

- Vergunning voor afvalwater
- Autorisatie voor akoestische impact
- Autorisatie voor gasemissies

Het is belangrijk om te bedenken dat de bedrijven rekening moeten houden met nationale en regionale richtlijnen met betrekking tot milieubescherming, in feite kan elke regio aanvullende regelgeving hebben met betrekking tot de bescherming van bepaalde natuurlijke hulpbronnen.

Voor meer informatie [hier](#).

5.4.7. Stap 7: Privacy / bescherming van persoonlijke gegevens (een zakelijke website maken)

Privacy

Alle Italiaanse en Europese bedrijven moeten rekening houden met de nieuwe EU GDPR (AVG)-verordening. Volgens deze verordening moeten bedrijven hun klanten en/of bezoekers van hun website bewust maken van de nieuwe privacyregelgeving, deze moet bepaalde kenmerken hebben:

- Wees kort en bondig
- Transparant
- Doorzichtig
- Makkelijk toegankelijk
- Eenvoudige taal (zelfs voor minderjarigen)
- Toestemming voor privacy moet worden gegeven vanaf 14 jaar

Voor meer informatie [hier](#).

5.4.8. Stap 8: Verzekering

In Italië moeten alle bedrijven met werknemers die actief zijn in bijzonder gevaarlijke werkzaamheden een nationale verzekering afsluiten via INAIL, het nationale instituut voor verzekeringen tegen arbeidsongevallen. Dit nationale instituut biedt bescherming aan werknemers tegen fysieke en economische schade tijdens het werk. De gevaarlijke werkzaamheden zijn onderverdeeld in twee hoofdgroepen:

- werkzaamheden die het gebruik van machines omvatten of werkzaamheden die in laboratoria worden uitgevoerd;
- werkzaamheden die vanwege hun aard als gevaarlijk worden beschouwd, bijvoorbeeld: bouw werkzaamheden, transport, particuliere bescherming, enz ...

Het INAIL geeft het bedrijf burgerlijke aansprakelijkheid tegen ongevallen, maar beschermt het bedrijf niet als het direct verantwoordelijk is voor het ongeval omdat het niet aan alle wettelijke vereisten met betrekking tot veiligheid op de werkplek heeft voldaan.

De kosten van de verzekering zijn afhankelijk van het soort werkzaamheden dat het bedrijf uitoefent; volgens wetgevend besluit 38/2000 werden de werkzaamheden onderverdeeld in vier hoofdcategorieën en voor elke categorie werden de te dragen kosten vastgesteld. Deze categorieën zijn:

- Industrie
- Vakmanschap

-Dienstverlenende industrie

-andere werkzaamheden van verschillende aard

Alle documentatie en acties die nodig zijn voor INAIL zijn gecompliceerd en vergen tijd. Daarom stellen bedrijven een externe expert aan genaamd "Consulente del Lavoro" (Werk adviseur) die de leiding zal hebben over alle relaties met het Nationaal Instituut.

Bezoek voor meer informatie de [officiële website van INAIL](#).

5.4.9. Stap 9: Human Resources Management

Het beheer van human resources is essentieel, aangezien het de basis vormt voor de ontwikkeling van het bedrijf. Bedrijven moeten rekening houden met verschillende regelgeving om de werknemers een gezonde en legale werkomgeving te bieden. De belangrijkste voorschriften zijn:

- Het voorzien van een wettelijk contract en het respecteren van basisregels in de werkomgeving (dwz. minimum arbeidsuren, minimumloon, enz.): De werknemer moet een wettelijk en geldig contract krijgen waarin de werktijden, het loon en zijn positie zijn opgenomen. De werkgever is hiervoor verantwoordelijk en kan rekenen op arbeidsadviseurs. Voor meer informatie [hier](#).
- Veiligheid van de werkomgeving: in een bedrijf is de werkgever verantwoordelijk voor het waarborgen van de veiligheid van de werkomgeving. Op basis van het soort werkzaamheden en de daarmee samenhangende risico's moeten de werkgever en ander personeel regelmatig veiligheidscursussen volgen om ervoor te zorgen dat de werkgever en de werknemers weten hoe ze moeten handelen in onveilige of medische situaties.
- Elk bedrijf dient een verantwoordelijke voor veiligheid en een verantwoordelijke voor eerste hulp aan te wijzen.
- Voor meer informatie [hier](#).

5.4.10. Stap 10: Patenten and Brands

De rechten die door een patent voor industriële uitvindingen worden verleend, zijn territoriaal gedefinieerd en bestaan uit het exclusieve recht om de uitvinding uit te voeren en daar winst mee te maken op het grondgebied van de Italiaanse staat, binnen de grenzen van en onder de voorwaarden die door de wet worden opgelegd. Dit exclusieve recht wordt uitgebreid tot de verkoop van het product waarop de uitvinding betrekking heeft, maar vervalt zodra het product door de patenthouder of met zijn toestemming te koop wordt aangeboden in een lidstaat van de Europese Unie of het Europese Economische Gebied. Als het originele product buiten het Europese Economische Gebied te koop wordt aangeboden en vervolgens wordt geïmporteerd, kan de eigenaar van het recht zich hiertegen verzetten omdat het recht in dit geval niet is verlopen binnen het Europese Economische Gebied.

Wanneer een product is vervaardigd volgens een methode die is gepatenteerd in een land waar de patenttitel niet bestaat en dat product wordt geïntroduceerd in een land waar wel een handelspatent bestaat, kan dat product in dat land alleen door de eigenaar of zijn opvolger worden gebruikt in titel

van het handelspatent. Als derden het product voor winst gebruiken in landen waar het patent wordt beschermd, kan de eigenaar of rechtsopvolger van het handelspatent dergelijk gebruik voorkomen.

Het patent recht strekt zich niet uit, ongeacht het doel van de uitvinding:

- op alle acties die op privéterreinen worden uitgevoerd, op voorwaarde dat ze geen commercieel doel hebben of experimenteren;
- op de voortijdige bereiding, in eenheden, van medicijnen in apotheken volgens een recept, en op het aldus bereide geneesmiddel.

Als een patent, om te worden uitgevoerd, het gebruik inhoudt van uitvindingen die worden beschermd door andere nog van kracht zijnde patenttitel, kan het niet worden uitgevoerd of gebruikt zonder de toestemming van de eigenaar of zijn rechtsopvolger van de vorige patenttitel. Op dezelfde manier kan de eigenaar of zijn rechtsopvolger van de vorige patenttitel de volgende patenttitel niet gebruiken zonder de toestemming van de eigenaar van de laatste.

Elke patent aanvraag en dus elk patent, moet slechts één uitvinding tot doel hebben of een groep uitvindingen die met elkaar zijn verbonden om een enkele inventieve leer te vormen. Het patent verleent de houder de volgende exclusieve rechten:

- het onderwerp van het patent een product is, het recht om derden, behalve met toestemming van de patenthouder, te verbieden voor het produceren, gebruiken, verhandelen, verkopen of importeren voor dergelijke doeleinden van het product in die landen waar het patent van kracht is;
- Indien het voorwerp van het patent een methode is, het recht om derden, behalve met toestemming van de patenthouder, te verbieden de methode toe te passen, of het rechtstreeks verkregen product voor dergelijke doeleinden te gebruiken, te verhandelen, te verkopen of te importeren voor de methode in kwestie in die landen waar het patent op de methode van kracht is;
- In het geval van een methodepatent, wordt elk product dat identiek is aan het product dat is geproduceerd door middel van de gepatenteerde methode verondersteld te zijn verkregen, tenzij het tegendeel wordt geleverd door de derde partij, door middel van de genoemde gepatenteerde methode, volgens een van de volgende gevallen:
- als het door de methode verkregen product nieuw is;
- als er een aanmerkelijke kans is dat het identieke product is gemaakt door middel van de gepatenteerde methode en als de houder van dat patent niet in staat is om met redelijke inspanningen vast te stellen welke methode daadwerkelijk is gevolgd.

Om het tegendeel te bewijzen, moet het rechtmatige belang van degenen die van inbreuk worden beschuldigd bij de bescherming van hun fabricage- en handelsgeheimen worden gerespecteerd. Met andere woorden, er moet worden vermeden dat door oneigenlijk gebruik van een methodepatent de eigenaar, of zijn rechtsopvolger, in het bezit komt van de geheimen van een concurrent.

In Italië duurt een patent voor industriële uitvindingen 20 jaar vanaf de datum van indiening en moet vanaf het vijfde jaar jaarlijks onderhoudskosten worden betaald. Als de betalingstermijn van de jaarlijkse contributie verstrijkt, wordt een termijn van zes maanden uitstel verleend, waarin het mogelijk is om de verschuldigde jaarlijkse contributie te betalen tegen een meerprijs.

De exclusieve rechten van een patent worden verleend met de concessie van het patent-certificaat. De werking van het patent treedt in werking op de datum waarop de bij de patentaanvraag gevoegde beschrijving en tekeningen voor het publiek beschikbaar worden gesteld, of vanaf het moment dat de inhoud van de patentaanvraag aan een derde-inbreukmaker wordt gemeld. Er moet worden verduidelijkt dat de kennisgeving de volledige inhoud van de patentaanvraag moet bevatten, niet slechts een deel ervan.

Tenzij er een specifiek verzoek om voorpublicatie is, dat bij de patentaanvraag moet worden ingediend, is de aanvraag in ieder geval 18 maanden na de indieningsdatum beschikbaar. Als de aanvraag eerst in het buitenland is ingediend en vervolgens met internationale prioriteit is uitgebreid tot Italië, namelijk binnen de verdragstermijn van 12 maanden vanaf de eerste indieningsdatum, wordt de aanvraag beschikbaar gesteld na het verstrijken van 18 maanden vanaf de eerste indieningsdatum.

Het Italiaanse patent recht omvat het concept van eerder gebruik. Dit concept geeft aan dat eenieder die in de twaalf maanden voor de datum van indiening van een patentaanvraag, of vóór de prioriteitsdatum, in zijn eigen bedrijf gebruik heeft gemaakt van een uitvinding die vervolgens het onderwerp wordt van een patent aanvraag door een andere partij, kan een dergelijke uitvinding blijven gebruiken binnen de grenzen van dergelijk voorafgaand gebruik.

Gebruik in het eigen bedrijf mag niet worden bedoeld als experiment of enige ontwerpactiviteit, maar het echte en effectieve gebruik van de uitvinding met het oog op winst. Als een beroep op voorgebruik wordt gedaan, moet eraan worden herinnerd dat het indienen van de volgende patentaanvraag door de derde de verlenging van het voorgebruik op de datum van die indiening blokkeert. Elke verdere verlenging is onderworpen aan het recht van het patent en moet worden goedgekeurd door de eigenaar van dat recht of door zijn rechtsopvolger. Dit recht kan alleen worden overgedragen samen met het bedrijf of een filiaal van het bedrijf waarin de uitvinding is gebruikt. De persoon die aanspraak maakt op eerder gebruik is verantwoordelijk voor het bewijzen van dergelijk voorafgaand gebruik en de omvang ervan.

Soorten rechten

De rechten die voortvloeien uit een uitvinding zijn rechten van persoonlijke aard (het morele recht van de uitvinder, een persoonlijk en onvervreemdbaar recht) en van patrimoniale aard (rechten die beschikbaar of overdraagbaar zijn). Patrimoniale rechten die voortvloeien uit uitvindingen kunnen worden afgestaan hetzij door akten opgesteld door levende personen, hetzij door overlijden; ze zijn ook onderworpen aan verbeurdverklaring, confiscatie en onteigening (voor schulden of in het algemeen belang). Het recht op het patent komt toe aan de auteur van de uitvinding en aan zijn rechtsopvolgers.

Vereisten voor patenteerbaarheid

Patenteren van een uitvinding:

- moet wettig zijn;
- moet geschikt zijn voor toepassing op industrieel gebied;
- moet nieuw zijn;

- mag niet voor de hand liggen, dat wil zeggen, het mag geen natuurlijke evolutie van de huidige stand van de technologie zijn.

Rechtmatig betekent dat uitvindingen die, als ze worden uitgevoerd, in strijd zijn met de openbare orde of goede zeden, niet het voorwerp kunnen zijn van een patent. De werking van een uitvinding wordt echter niet in strijd met de openbare orde of goede zeden beschouwd, simpelweg omdat het verboden is door een wet of bestuursrechtelijke regeling. Openbare orde betekent de bescherming van publieke belangen zoals veiligheid, beveiliging, fysieke integriteit, rust en gezondheid. Moraliteit omvat de principes van morele ethiek. Rassen van dieren en de wezenlijk biologische procedures die worden gevolgd om ze te verkrijgen, kunnen evenmin worden gepatenteerd. Er moet echter worden opgemerkt dat het mogelijk is om microbiologische procedures te patenteren, evenals de producten die door dergelijke procedures worden verkregen.

Een uitvinding wordt geacht een industriële toepassing te hebben wanneer het object daarvan kan worden vervaardigd of gebruikt in elk type industrie, inclusief de landbouw.

Een uitvinding wordt als nieuw beschouwd als deze niet tot de huidige technische stand van zaken behoort. 'State of the Art' betekent alles dat op het grondgebied van de Staat of in het buitenland voor het publiek beschikbaar is gesteld vóór de datum van indiening van de patentaanvraag, door middel van een schriftelijke of mondelinge beschrijving, door gebruik of op enige andere wijze. De 'huidige stand van technische zaken' beslaat ook de inhoud van Italiaanse patentaanvragen te omvatten, of de inhoud van aanvragen voor een Europees of internationaal patent dat Italië aanduidt, zoals ze zijn ingediend, die een datum van indiening hebben die eerder is dan die van de uitvinding, zelfs als ze later zijn gepubliceerd of voor het publiek beschikbaar zijn gemaakt; dit is op voorwaarde dat hun inhoud identiek is aan die van het latere patent document.

Een uitvinding wordt als niet voor de hand liggend beschouwd en impliceert daarom een inventieve activiteit als dit voor een deskundige niet duidelijk is uit de stand van de technische zaken. De bekwame persoon is een virtuele figuur die de huidige stand van de technische zaken kent op de prioriteitsdatum die de uitvinding voortbracht, die de documenten van de huidige stand van technische zaken leest, rekening houdend met zijn scholastieke kennis en zijn verworven kennis. De vaardige persoon heeft geen intuïtieve capaciteit maar heeft een combinatorische logica en het doel van zijn activiteit is om een oplossing te vinden voor het probleem dat hem wordt aangedragen. Bij de beslissing of een activiteit inventief is of niet, wordt geen rekening gehouden met de documenten bestaande uit nationale aanvragen, Europese aanvragen of internationale aanvragen met aanduiding van Italië, wanneer ze een datum van indiening hebben vóór die van de uitvinding en zijn gepubliceerd of ter beschikking gesteld aan het publiek, op een later tijdstip.

Een uitvinding moet intrinsiek nieuw zijn om te voldoen aan de eis van inventieve activiteit en als niet voor de hand liggend te worden beschouwd. Het moet een technisch probleem oplossen en een verbetering met zich meebrengen, dat wil zeggen de oplossing van een nieuw probleem, ook al is het maar klein, vergeleken met de huidige stand van de technische zaken op dat gebied op dat moment. De inhoud van de uitvinding mag niet zodanig zijn dat kan worden afgeleid uit wat er tevoren was, en het moet de oplossing van technische en/of technologische problemen met zich meebrengen; daarom mag het niet louter een combinatie zijn van dingen of feiten die al bekend zijn.

Soorten uitvindingen

Uitvindingen kunnen verwijzen naar een product, een apparaat om een product te verkrijgen, of een methode of een systeem.

Programma's voor processoren die worden gebruikt om machines, installaties, apparatuur of fysieke functies te beheren, zoals bijvoorbeeld kruispunten, kunnen worden beschermd door middel van een patent op de uitvinding, op voorwaarde dat de functies die door het programma worden uitgevoerd, worden beschermd, en niet voor de manier waarop ze zijn geschreven. De bescherming van een programma voor een processor wordt voor de manier waarop het is geschreven beschermd door middel van copyright. In een patentaanvraag en dus ook in een patent, kunnen meerdere uitvindingen met elkaar verbonden aanwezig zijn die autonome en zelfstandige claims genereren. Daarom kan een patent productclaims, methodeclaims, apparaat claims en gebruiksclaims hebben.

Het kunnen hoofduitvindingen zijn, als ze onafhankelijk van een andere uitvinding zijn bedacht, of zijn afgeleid als ze elementen van een of meer eerdere uitvindingen gebruiken. Wanneer een uitvinding afhankelijk is van een nog geldig patent dat eigendom is van een derde partij, kan de afhankelijke uitvinding niet worden belichaamd zonder de toestemming van de eigenaar van de eerder gepatenteerde uitvinding en die eigenaar kan de afhankelijke uitvinding niet belichamen zonder de toestemming van de eigenaar van hetzelfde. Het kan ook het volgende zijn:

- uitvindingen ter verbetering van wat al bekend is, al dan niet gepatenteerd en dergelijke uitvindingen zijn wat betreft hun uitvoering onderworpen aan de regelgeving voor afgeleide uitvindingen;
- uitvindingen van overdracht wanneer ze een nieuw gebruik van iets dat al bekend is, of een eerder inventief idee, door middel van een originele toepassing daarvan in een ander vakgebied en voor andere doeleinden dan het oorspronkelijke doel met zich meebrengen;
- uitvindingen van combinatie, dat zijn uitvindingen die gerealiseerd zijn door een samensmelting van elementen ontleend aan iets bekends of uit eerdere uitvindingen.

Procedure

In Italië moet een patentaanvraag worden ingediend via het portaal dat voor dit doel is opgezet door het ministerie van Economische Ontwikkeling.

Zonder toestemming van het Ministerie van Productieve Activiteiten kunnen inwoners van Italië hun patentaanvragen voor een uitvinding, gebruiksmodel of topografie niet uitsluitend indienen bij de kantoren van buitenlandse staten of het European Patent Office of het World Intellectual Property Office, ze kunnen het ook niet bij die kantoren indienen voordat de negentig dagen zijn verstreken na de datum van indiening in Italië, of de datum waarop het verzoek om toestemming werd ingediend.

Nadat het is ingediend, wordt een patentaanvraag eerst onderzocht om te zien of deze de nationale defensie beïnvloedt, vervolgens wordt onderzocht of deze formeel correct is en voldoet aan de door de wet vereiste kenmerken met betrekking tot het door UIBM verzonden onderzoeksrapport.

In sommige landen is het derde partijen toegestaan zich tegen de definitieve verlening te verzetten door een met redenen omkleed verzoek in te dienen binnen een bepaalde termijn, te rekenen vanaf de datum waarop het patent is verleend door het Patentbureau van dat land. Met betrekking tot

specifieke regels kan een oppositieprocedure een dialoog tussen de partijen inhouden, of autonoom worden beheerd door de onderzoeker met de eigenaar van het recht. Het is mogelijk om de claims, vertaald in het Engels, naar het Italiaanse Octrooi- en Merkenbureau (UIBM) te sturen of om een onderzoekvergoeding te betalen. Het verzenden van de vertaalde claims of het betalen van de opsporingskosten moet binnen twee maanden na de indieningsdatum gebeuren, anders wordt de aanvraag afgewezen. Wanneer ze de patentaanvraag ontvangen, wijst UIBM de klasse toe en voert een voorfiltering uit om die toepassingen te elimineren die duidelijk niet patenteerbaar zijn.

Als de patentaanvraag om redenen van nationale verdediging niet interessant en formeel correct is, wordt deze naar het European Patent Office (EOB) gestuurd dat een onderzoek naar de huidige stand van de technologie uitvoert en stuurt binnen negen maanden na de datum van indiening een rapport en een voorlopig advies naar de UIBM. In een dringend geval is het mogelijk om UIBM (die zich mogelijk het recht voorbehoudt om te weigeren) te vragen een versnelde procedure uit te voeren. EPO voert de onderzoekopdracht uit op basis van de claims die zijn vertaald met ondersteuning van de met software vertaalde beschrijving, indien deze op het moment van indiening niet is aangeleverd. Bij twijfel over de onderzoekopdracht is het mogelijk om een kopie van de met software uitgevoerde vertaling op te vragen. EOB kan bezwaar maken tegen een gebrek aan inventieve eenheid en het onderzoek alleen uitvoeren op een deel van het patent. Na ontvangst van het onderzoekverslag en het voorlopig advies (dat normaal gesproken ongeveer negen maanden na indiening plaatsvindt en door UIBM wordt toegezonden), is het mogelijk om vrijwillige opmerkingen of wijzigingen in de tekst aan te brengen binnen achttien maanden na de indieningsdatum van de aanvraag, wanneer alle documentatie voor het publiek toegankelijk gemaakt wordt en de aanvraag wordt onderzocht door de Italiaanse examinatoren, die hun onderzoek moeten baseren op het onderzoekverslag en het voorlopige advies van het EOB alleen voor raadpleging kunnen gebruiken. Een patent dat onder de nieuwe Italiaanse procedure valt en dat wordt uitgebreid als een Europees patent of PCT, kan het recht hebben op terugbetaling van een deel van de onderzoekvergoeding, als de claims dezelfde zijn als die van de eerste Italiaanse aanvraag.

Opgemerkt moet worden dat het PCT-onderzoeksrapport dat door EPO is opgesteld, in sommige andere landen, met name de VS, vaak volledig opnieuw is geformuleerd.

In het geval van een verzoek om vervroegde afgifte wordt, als het onderzoek nog gaande is, het patent verleend zonder onderzoek en in het openbare dossier wordt vermeld dat er geen onderzoek heeft plaatsgevonden. In Italië moet voor elke claim na de tiende een vergoeding worden betaald.

Er zijn ook landen waar derden bezwaar kunnen maken tegen de definitieve toekenning door binnen een bepaalde termijn vanaf de datum van toekenning door het Patentbureau van dat land een behoorlijk, met redenen omkleed verzoek in te dienen. Met betrekking tot de specifieke regels kan een oppositieprocedure een dialoog tussen de partijen behelzen, of autonoom worden beheerd door de onderzoeker met de rechthebbende.

Het gebied van bescherming van een patent

Zowel in het Italiaanse als in het Europese recht is het een fundamenteel principe dat het gebied van bescherming van een patent wordt bepaald door de inhoud van de claims; de beschrijving en de tekeningen worden alleen in overweging genomen met het oog op de interpretatie van de conclusies en dus niet in termen van integratie. Er moet echter worden opgemerkt dat de beschrijving en

tekeningen de claims juridisch ondersteunen en rechtvaardigen en de claims kunnen geen kenmerken bevatten die niet aanwezig zijn in de beschrijving en de tekeningen.

Aangezien de claims het onderwerp van de gevraagde bescherming omschrijven, moeten ze duidelijk en beknopt zijn, onderbouwd worden in de beschrijving en in de mogelijke diagrammen of tekeningen en ze moeten ook op zichzelf begrijpelijk zijn. Indien er kenmerken in de beschrijving en/of in de tekeningen zijn die niet in de claims aanwezig zijn, zijn deze niet beschermd. Op dezelfde manier, als er kenmerken in de claims zijn die niet worden ondersteund door de beschrijving en/of tekeningen, kunnen deze kenmerken niet worden gebruikt in oppositie tegen derden.

Claims zijn onafhankelijk of afhankelijk, de afhankelijke claims worden gerechtvaardigd en juridisch ondersteund door de respectieve onafhankelijke claim. Een onafhankelijke claim is een claim die de essentiële kenmerken (de zogenaamde "bottleneck") van de uitvinding waarvoor bescherming wordt gevraagd, reproduceert en die dient om het onderwerp van de uitvinding te identificeren. Een afhankelijke claim bevat alle kenmerken van de onafhankelijke claims waarmee deze is verbonden, en geeft andere kenmerken of varianten aan waarvoor bescherming wordt gevraagd. Het doet er niet toe dat de afhankelijke claim op zichzelf patenteerbaar is met betrekking tot de stand van de technologie of zelfs met betrekking tot de onafhankelijke claim waarmee deze is verbonden. Dit is alleen belangrijk als de hoofdclaim die dit ondersteunt zelf niet patenteerbaar is. In sommige systemen kan een afhankelijke claim die op zichzelf patenteerbaar is, het voorwerp uitmaken van een afgesplitste aanvraag die moet worden ingediend op de toekenningsdatum van de hoofdaanvraag.

In het geval van inbreuk wordt bescherming gedefinieerd door het zogenaamde onderwerp van de uitvinding zoals geïdentificeerd in de onafhankelijke claim door de zogenaamde persoon met bekwaamheid in de techniek. Het is belangrijk om het wezenlijke verschil op te merken tussen het inventieve idee, in de patentbeschrijving en het gebied dat wordt beschermd door een verleend patent dat wordt aangetroffen in de claims.

Een afhankelijke claim wordt alleen als geschonden beschouwd als de onafhankelijke claim die de afhankelijke claim ondersteunt en rechtvaardigt, wordt geschonden. Als tijdens een onderzoek of administratieve oppositie een onafhankelijke claim ongeldig zou worden bevonden, is het mogelijk om deze te integreren met een of meer van de afhankelijke claims of door kenmerken te verwerven die in de beschrijving staan om zo een nieuwe, geldige, onafhankelijke claim te verkrijgen.

Een onafhankelijke claim moet in zijn geheel worden gelezen en vergeleken met wat als storend wordt beschouwd. Gedurende de looptijd van een verleend patentrecht kunnen de claims vrijwillig worden gewijzigd op voorwaarde dat ze binnen de grenzen blijven van de inhoud van de aanvankelijk ingediende patentaanvraag en de door het verleende patent verleende bescherming niet verlengen. Elke wijziging van de claims moet een verkleining van het gebied met zich meebrengen dat wordt beschermd door de claims zoals toegekend. De wijzigingen kunnen worden aangebracht bij UIBM, of bij EPO of in de loop van een zaak. Bij de UIBM moeten de wijzigingen worden aangevraagd voordat een actieve juridische procedure wordt gestart en worden ze gevraagd wanneer relevante documenten uit de huidige stand van de technologie, voorheen onbekend, bekend worden. Bij EPO, of tijdens een zaak, kunnen de wijzigingen worden aangevraagd om een mogelijk geval van nietigverklaring te boven te komen vanwege de aanwezigheid van relevante documenten uit de stand van de technologie. De wijzigingen bij EPO moeten worden aangevraagd volgens bepaalde Europese wetgevingen. In Italië kan tijdens een zaak om de beperkingen worden verzocht in elke fase en graad van het gerechtelijk systeem wanneer om nietigverklaring van het recht wordt verzocht. In sommige

Europese systemen is het ook mogelijk om bij actieve inbreukprocedures om wijziging van de claims te verzoeken. In Italië is de bron waar het voorstel of opnieuw te formuleren materiaal voor de claims moet worden gedaan in de beschrijving, tekeningen en afhankelijke claims.

Een onafhankelijke claim moet in zijn geheel worden gelezen en vergeleken met wat wordt geacht te interfereren. De inmenging kan letterlijk zijn, wanneer wat als interferentie wordt beschouwd, volledig in de claim kan worden gelezen of door gelijkwaardigheid. Met equivalenten bedoelen we die technische middelen, in plaats van de middelen beschreven in het patent op het moment van de prioriteitsdatum en geclaimd, waarvan het alternatieve gebruik voor de hand lag voor de vakman zonder een bepaalde mentale inspanning te hoeven leveren. Bovendien is het concept van gelijkwaardige middelen ook belangrijk in de onderzoeksprocedure, dat wil zeggen in de procedure die voorafgaat aan de verlening van een patent in de systemen die vooraf worden onderzocht om de relevantie of irrelevantie van een document uit de stand van de technologie te beoordelen, of in een rechtbank, zoals bijvoorbeeld in Italië gebeurt, om het onderwerp van de uitvinding of het beschermde gebied ervan te omschrijven. De formulering van claims voor geneesmiddelen bepaalt dat, wanneer het geneesmiddel een nieuw product is, het ook als geneesmiddel kan worden beschermd volgens de bescherming die aan de stof wordt verleend.

Wanneer het product dat als geneesmiddel wordt gebruikt op zichzelf bekend is, maar geen therapeutische eigenschappen heeft, kan de stof of het mengsel van stoffen worden beschermd voor specifiek gebruik bij een therapeutische behandeling.

De bescherming van patenten

De bescherming van de exclusiviteit van gepatenteerde uitvindingen is zowel een civiele als een strafrechtelijke aangelegenheid. Het betreft zowel patrimoniale rechten als het morele recht van de uitvinder.

Gerechtelijke procedures ter bescherming van het exclusiviteitsrecht kunnen een procedure zijn van vaststelling (om na te gaan of er al dan niet inbreuk is gemaakt), verbod (om voortzetting van de schadelijke handeling te voorkomen), verhaal van de schade (om een billijke vergoeding te krijgen voor de geleden schade als gevolg van de schadelijke handeling) en ook van claimen (wanneer de eigendom van een patent in geschil is). Gerechtelijke procedures kunnen zowel actief als passief zijn. Er moet aan worden herinnerd dat het niet mogelijk is om negatieve acties te ondernemen die beslissen of het product van een bedrijf inbreuk maakt op een patenttitel van een buitenlander die geen statutaire zetel of woonplaats in Italië heeft.

Juridische acties met betrekking tot patenten voor industriële uitvindingen worden gekarakteriseerd als roerende commerciële acties.

Voor alle geschillen over intellectueel eigendom die beginnen op 22.02.2014 en waarbij een buitenlands bedrijf partij is, dat wil zeggen: "een bedrijf, in welke vorm het ook is opgericht, met zijn juridische hoofdkantoor in het buitenland, zelfs met een secundair hoofdkantoor dat het stabiel vertegenwoordigt in het Italiaans grondgebied", zijn slechts negen gespecialiseerde afdelingen bevoegd, namelijk: Bari (voor gerechtelijke kantoren gelegen in de districten Bari, Lecce, Taranto en Potenza), Cagliari (voor gerechtelijke kantoren gelegen in de districten Cagliari en Sassari), Catania (voor gerechtelijke kantoren gelegen in de districten Caltanissetta, Catania, Catanzaro, Messina, Palermo, Reggio Calabria), Genua (voor gerechtelijke kantoren gelegen in de districten Bologna en Genua), Milaan (voor gerechtelijke kantoren gelegen in de districten Brescia en Milaan), Napels (voor

gerechtelijke kantoren gelegen in de districten Campobasso, Napels en Salerno), Rome (voor gerechtelijke kantoren gelegen in de districten Ancona, Florence, L'Aquila, Perugia en Rome), Turijn (voor gerechtelijke kantoren gelegen in de districten Turijn) en Venetië (voor gerechtelijke kantoren gelegen in de districten Trento, Bolzano, Triëst en Venetië).

Volgens de verschillende zaken worden de vorderingen aanhangig gemaakt bij de gespecialiseerde afdeling waar de verweerder woonachtig of gedomicilieerd is, of bij degene die bevoegd is voor de plaats waar de eiser verblijft of gedomicilieerd is, of bij degene die bevoegd is voor de plaats waar het feit zich heeft voorgedaan, of voor de gespecialiseerde afdeling in Rome. Er zij aan herinnerd dat het adres dat in het patentregister is vermeld, wordt beschouwd als de gekozen woonplaats, om de bevoegde rechtbank te bepalen en voor alle kennisgevingen, zowel administratief als gerechtelijk. Daarom is het altijd raadzaam om, alvorens tot welke handeling dan ook over te gaan, in het patentregister niet alleen te controleren of er registraties of aantekeningen zijn, maar ook of er wijzigingen zijn aangebracht aan de adressen of de woonplaats, of opnieuw in de inhoud van de octrooi. Wanneer een vordering is gebaseerd op feiten waarvan wordt aangenomen dat ze de rechten van de eiser schaden, kan deze vordering ook worden ingesteld bij de gespecialiseerde afdeling van de plaats in het district waar de feiten zijn gepleegd.

De bewijslast van de ongeldigheid of het vervallen van een patent ligt in ieder geval bij degene die het patent betwist, terwijl de bewijslast bij de houder van het patent ligt. De eigenaar van de rechten van een patent kan om een beschrijving of confiscatie vragen van alles waarvan wordt beweerd dat het deze rechten schendt. Hij kan ook verzoeken dat de documenten die de verlenging van de geleden schade bevestigen of documenteren, worden afgenomen. De beschrijving en confiscatie worden uitgevoerd door een gerechtsdeurwaarder, indien nodig bijgestaan door een of meer deskundigen en ook met gebruikmaking van alle technische middelen, fotografische middelen of andere middelen. De maatregel die toelating geeft tot beschrijving en confiscatie, legt ook de grenzen en de regels vast.

De houder van de patentrechten kan om tijdelijke maatregelen verzoeken en kan vervolgens verzoeken om het vervaardigen, verhandelen en gebruiken van datgene wat inbreuk maakt op het patent, te verbieden. Een dergelijk verzoek is onderworpen aan de bepalingen van het Wetboek van Burgerlijke Rechtsvordering (Code of Civil Procedure) inzake voorlopige maatregelen en ook aan de bijzondere normen van het Wetboek van industriële eigendom (Industrial Property Code). Een verbodsverzoek kan vóór of tijdens de hoofdzaak worden gedaan. Wanneer de rechter besluit tot een verbod, kan hij een verschuldigd bedrag vaststellen voor elke overtreding of niet-naleving die later plaatsvindt, of voor elke vertraging bij de uitvoering van de maatregel.

Er wordt verzocht om maatregelen tot vaststelling en negatieve validering van de geldigheid wanneer een derde wenst vast te stellen dat een van zijn producten geen inbreuk maakt op de specifieke rechten van anderen en wanneer een andere partij de geldigheid van de rechten van anderen wenst te verifiëren. Er kunnen geen vorderingen tot negatieve vaststelling worden ingesteld tegen derden die niet in Italië zijn gevestigd, tenzij deze derden het patent beschikbaar hebben in Italië.

De sancties die een persoon die een inbreuk heeft begaan kunnen worden opgelegd, bestaan uit de publicatie van de uitspraak, het toekennen van de inbreuk makende artikelen aan de eigenaar van het patent als zijn eigendom, het verwijderen, ontnemen of vernietigen van dergelijke artikelen en de betaling van een bedrag ter vergoeding van de veroorzaakte schade.

Gerechtelijke procedures om iemands patentrechten te verdedigen, hebben bepaalde kosten en een bepaalde tijd nodig om tot een definitief oordeel te komen. Bij de beoordeling van de kosten moet rekening worden gehouden met de waarde van de inbreuk. De tijd moet worden beoordeeld in het kader van de omvang van de inbreuk en de daardoor veroorzaakte schade. Er zijn landen waar een inbreukprocedure een redelijke tijd duurt, maar er zijn ook landen waar een inbreukprocedure 6-7 jaar kan duren. Op dezelfde manier zijn er landen waar de kosten van een zaak redelijk zijn, maar er zijn landen waar de kosten enorm zijn.

Bescherming van patenten in het buitenland

Een patentaanvraag kan volgens de voorrangsprocedure binnen 12 maanden na de eerste indiening in het buitenland worden verlengd. Als de uitgebreide tekst in wezen overeenkomt met de originele tekst zoals die in Italië is ingediend, heeft deze voorrang. Als er nieuwe functies in de tekst worden geïntroduceerd die geen verband houden met de originele, hebben dergelijke nieuwe functies geen recht op voorrang.

Een patentaanvraag kan ook buiten de voorrangsprocedure worden verlengd, dat wil zeggen binnen 18 maanden na de eerste indiening, mits de inhoud van de patentaanvraag niet openbaar is gemaakt (bijvoorbeeld door het object met het inventieve idee op de markt te brengen, als het door onderzoek van het object mogelijk is om het inventieve idee te begrijpen), en op voorwaarde dat het onderwerp van de uitvinding niet anderszins is bekendgemaakt of op voorwaarde dat derden in de tussentijd geen identieke aanvraag hebben ingediend. Uitbreiding naar het buitenland kan per land worden gedaan, dat wil zeggen door gebruik te maken van een van de uniforme procedures, zoals die onder het Europees Patentverdrag of het internationale toepassingsverdrag (PCT). Het PCT voorziet in een procedure die het mogelijk maakt om het moment waarop men moet beslissen in welke landen om een patenttitel te bevestigen, uit te stellen. De PCT-procedure moet worden beschouwd als een vertragsprocedure en niet als een verleningsprocedure, terwijl de Europese patentprocedure een verleningsprocedure is. Bij de toepassing van de uniforme procedures moet rekening worden gehouden met de tijd die dergelijke procedures nodig hebben om tot toestemming te komen en ook met de problemen die zich na de toestemming kunnen voordoen. Er moet inderdaad worden opgemerkt dat er maar weinig landen zijn (bijv. Italië) die het mogelijk maken een inbreukzaak te starten voordat de patenttitel is verleend.

Een toestemming die plaatsvindt terwijl de overtreding al is begonnen kan de interesse om een defensief proces op te starten frustreren.

Een uitbreiding moet op dezelfde manier worden beschouwd als elke andere productie-investering. De uitgaven voor patentbescherming in het buitenland moeten daarom een overeenstemming vinden in een redelijke omzet en de relatieve marge van bijdrage of in het voordeel ten opzichte van concurrenten dat de eigenaar hoopt te verwerven. Bovendien moet bij de bescherming rekening worden gehouden met de mogelijkheid dat het alleen in bepaalde landen de moeite waard is om een gerechtelijke procedure te starten, aangezien acties in dergelijke landen binnen een redelijke termijn worden afgerond en redelijke en verwachte uitspraken doen. In die landen waar de wet geen zekerheid biedt, mogen patenten alleen worden aangevraagd na lange meditatie en evaluatie van de commerciële redenen of effectieve technische samenwerking.

Evenzo moet een patenttitel worden opgegeven zodra wordt vastgesteld dat er geen reëel belang is in termen van concurrentiedrempel of omzet.

5.5. Stapsgevijs Roemenië

[5.5.1. Stap 1: Kies een rechtsvorm](#)

[5.5.2. Stap 2: Schrijf je bedrijf officieel in bij de Kamer van Koophandel](#)

[5.5.3. Stap 3: Fiscale regelgeving en boekhouding](#)

[5.5.4. Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan](#)

[5.5.5. Stap 5: Een zakelijke rekening openen](#)

[5.5.6. Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen](#)

[5.5.7. Stap 7: Privacy / bescherming van persoonlijke gegevens \(een zakelijke website maken\)](#)

[5.5.8. Stap 8: Verzekering](#)

[5.5.9. Stap 9: Human Resources Management](#)

[5.5.10. Stap 10: Patenten en Brands](#)

Introductie

Op het niveau van 2017 registreerde Roemenië in totaal 525.660 bedrijven. Een groot deel van de bedrijven die in Roemenië actief zijn, was geregistreerd in de dienstensector, zoals blijkt uit de officiële gegevens van het National Statistics Institute (INS). De dienstensector is ook de grootste werkgever van het land. Buitenlandse investeerders dienen het volgende te overwegen:

de dienstensector heeft het grootste aandeel van de Roemeense actieve bedrijven, met 46,7% van het totale aantal hier geregistreerde bedrijven;

het vertegenwoordigt ook 35,4% van het totale personeelsbestand dat in Roemenië werkt;

het totale aantal Roemeense bedrijven - 525.660 - was een stijging van 5% ten opzichte van het voorgaande jaar;

de Roemeense handelssector was goed voor in totaal 172.000 bedrijven;

79% van de werknemers in Boekarest, de hoofdstad van het land, werkt in de dienstensector;

Boekarest had, op het niveau van augustus 2018, in totaal meer dan 1 miljoen werknemers (de stad heeft meer dan 2 miljoen inwoners).

Buitenlandse zakenlieden die een van de juridische entiteiten willen opzetten, moeten ook weten dat het land in totaal 73.000 multinationale groepen van bedrijven heeft die actief zijn op de lokale markt. Hiervan wordt slechts een klein percentage vertegenwoordigd door bedrijven die zijn opgericht door Roemeense zakenlieden; om precies te zijn slechts 5.300.

5.5.1. Step 1: Kies rechtsvorm

De volgende rechtsvormen zijn:

- Societăți comerciale, afgekort SC (Bedrijven)
- Societăți de persoane (bedrijven zonder rechtspersoonlijkheid, ook wel partnerschappen genoemd)
- Societatea în nume colectiv, afgekort SNC (General Partnership, afgekort GP)
- Societatea în comandită simplă, afgekort SCS (Limited Partnership, afgekort LP)
- Societăți de capitaluri (Incorporated bedrijven, ook wel Corporations genoemd)
- Societatea în comandită pe acțiuni, afgekort SCA (Company Limited by Shares)
- Societatea pe acțiuni, afgekort SA (Joint-Stock Company)
- Societăți hibride (Hybride bedrijven)
- Societatea cu răspundere limitată cu proprietar unic, afgekort SRL cu proprietar unic
- S.A. (Societate pe Acțiuni): ≈ plc (VK)
- S.C.A. (societate în comandită pe acțiuni): commanditaire vennootschap met aandelen
- S.C.S. (societate în comandită simplă): ≈ commanditaire vennootschap
- S.N.C. (societate în nume colectiv): ≈ algemeen partnerschap
- S.R.L. (societate cu răspundere limitată): ≈ Ltd. (VK) ≈ Naamloze Vennootschap (NV)
- PFA (persoana fizica autorizata): ≈ zelfstandige (VK) Eenmanszaak (VS)
- O.N.G. (Organizație Non-Guvernamentală): ≈ Niet-staatspensioenfonds (letterlijk: niet-gouvernementele organisatie)
- vennootschap met beperkte aansprakelijkheid "societate cu raspundere limitata" (SRL); naamloze vennootschap "societate pe actiuni" (SA)

De meest voorkomende rechtsvormen zijn de SRL (BV, BVBA) en de SA (NV). Kiest een rechtsvorm:

1. Societate cu răspundere limitată (SRL) – Naamloze Vennootschap

Societate cu răspundere limitată, afgekort SRL (Limited Liability Company/NV), is de meest gebruikelijke manier om een bedrijf te starten in Roemenië en het is ook de geprefereerde juridische entiteit van buitenlandse investeerders die een Roemeens bedrijf registreren. Het is opgericht met een kapitaal van RON 200. Het kan worden opgericht door één aandeelhouder. Het belangrijkste kenmerk van een naamloze vennootschap is uiteraard dat de verplichtingen van sociale schulden beperkt zijn tot bijdragen op geplaatste en volgestorte aandelen. Zoals we hierboven hebben uiteengezet, is het minimum aandelenkapitaal voor een Roemeense vennootschap met beperkte aansprakelijkheid RON 200, dat moet worden verdeeld in aandelen met een waarde van minimaal RON 10. Het maximum aantal partners dat kan associëren in een naamloze vennootschap is 50.

Deze aandeelhouders of vennoten kunnen rechtspersonen of natuurlijke personen zijn. Een Roemeense SRL kan een of meer bestuurders hebben, die mogelijk volledige of beperkte bevoegdheden hebben; ze kunnen Roemeense of buitenlandse burgers zijn. De ambtstermijn van een Roemeense bestuurder kan beperkt of onbeperkt zijn. In het geval dat de SRL een enige aandeelhouder heeft, dan kan deze aandeelhouder ook een werknemer zijn van het betreffende bedrijf

(in dit geval moet een arbeidsovereenkomst worden opgesteld en ingediend bij de Arbeidskamer in Roemenië).

2. Societate pe acțiuni (SA) - Public Limited Company

De SRL kan voor 100 procent in buitenlandse handen zijn. De bestuurders kunnen ook van buitenlandse afkomst zijn. Het aantal deelnemers aan een SRL is minimaal één en maximaal vijftig. Een enige aandeelhouder mag niet de enige aandeelhouder zijn in meer dan één SRL. De eenmanszaak komt ook veel voor als een SRL in Roemenië (asociat unic).

De kapitaalstorting kan zowel in geld als in natura worden gedaan en bedraagt minimaal 200 lei (1 Ron = 4,75 euro op 8 april 2019).

Het Roemeense "Partnership Limited by Shares" - Societatea în Comandita pe Acțiuni

Het is niet een heel gebruikelijk type Roemeense entiteit. Deze bedrijfsvorm is vergelijkbaar met de "Sleeping Partnership Company" omdat deze moet worden opgericht door ten minste twee aandeelhouders, en net als in het geval van de "Sleeping Partnership Company" hebben de aandeelhouders van het bedrijf verschillende soorten aansprakelijkheid, en dit kan worden gepresenteerd door ons team van advocaten in Roemenië.

Het belangrijkste verschil tussen de twee soorten bedrijven is dat de Partnership Limited by Shares Company een gedeeld kapitaal heeft dat bestaat uit aandelen. De aansprakelijkheid voor de verplichtingen van het bedrijf is anders voor de aandeelhouders, dus er zijn aandeelhouders die persoonlijk aansprakelijk zijn voor de verplichtingen van het bedrijf en deze worden "comanditari" genoemd. Ons advocatenkantoor in Roemenië kan je meer informatie geven over de rechten en plichten van de oprichters van het bedrijf.

De andere soorten aandeelhouders, "comanditari", zijn slechts aansprakelijk voor de schulden van het bedrijf voor het bedrag waarmee ze hebben deelgenomen aan het aandelenkapitaal van het bedrijf. Deze bedrijfsvorm moet worden opgericht met een minimum aandelenkapitaal van RON 90.000 (of het equivalent daarvan in EUR, dat is EUR 19.042). Het bedrijf kan alleen worden beheerd door de aandeelhouders die persoonlijk aansprakelijk zijn voor de verplichtingen van het bedrijf.

Wat zijn de voordelen van een Roemeense SRL?

Naast de lage waarde van het kapitaal van het bedrijf, biedt de Roemeense SRL nog meer voordelen aan zijn oprichters. Ons Roemeense advocatenkantoor kan een uitgebreide presentatie geven over de kenmerken van een lokale SRL, die kan worden gevormd met 100% buitenlands eigendom. Andere kenmerken van de Roemeense SRL zijn de volgende:

- het kan profiteren van een snelle registratieprocedure (het bedrijf kan in een periode van drie dagen worden opgericht);
- het kan worden opgericht door één aandeelhouder, die een buitenlander kan zijn;
- de aandelen van het bedrijf kunnen niet worden verdeeld, noch kunnen ze aan het grote publiek worden verkocht;

- het kan niet worden geregistreerd door een ander bedrijf als de Roemeense SRL is opgericht door één aandeelhouder;
- het bedrijf moet een officieel vestigingsadres vastleggen waar het zijn officiële correspondentie kan ontvangen.

Wat zijn de belangrijkste documenten voor het starten van een Roemeense SRL?

De registratieprocedure voor elk van de bedrijfstypen die in Roemenië beschikbaar zijn, is vergelijkbaar. Er kunnen echter verschillen optreden in de soorten documenten die de investeerders moeten voorbereiden bij de registratie van de gekozen juridische structuur. In het geval van een Roemeense vennootschap met beperkte aansprakelijkheid, moeten investeerders de volgende documenten overleggen:

- de statuten en de oprichtingsakte, die moeten worden gedeponereerd bij het Landelijk Handelsregister;
- in het geval dat de vennootschap vennootschappelijke investeerders als aandeelhouders heeft, is het noodzakelijk om de statuten van de respectieve vennootschappen neer te leggen;
- uittreksels uitgegeven door het Handelsregister dat actief is in het land waar de aandeelhouders van de vennootschap zijn geregistreerd;
- het dossier moet ook een kredietwaardigheidsverklaring bevatten, afgegeven door een financiële instelling;
- het standaardaanvraagformulier en kopieën van de identificatiedocumenten van de vertegenwoordigers van het bedrijfs.

5.5.2. Stap 2: Schrijf je bedrijf officieel in bij de Kamer van Koophandel

Het registratieproces voor een nieuwe juridische commerciële entiteit is de primaire functie van het National Trade Register Office (NTRO) [Oficiul National al Registrului Comertului (ONRC)], een nationale autoriteit die ondergeschikt is aan het ministerie van Justitie.

Het wettelijk kader met betrekking tot de oprichting van nieuwe bedrijven wordt voornamelijk bepaald door de wet van 31/1990, die de nodige documenten, procedures en kapitaalvereisten beschrijft. De NTRO stelt een volledige lijst van documenten en procedures ter beschikking, zowel in het Roemeens als in het Engels.

Elke nieuwe besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid opgericht door personen die geen geassocieerde deelneming of aandeelhouder zijn geweest in een andere vennootschap binnen het Europese Economische Gebied, kan genieten van een vrijstelling van alle oprichtingsbelastingen en -tarieven vereist door de NTRO, evenals bepaalde andere voordelen uiteengezet in de 6/2011 noodverordening van de regering als ze ervoor kiezen zich te registreren als een SRL-D (debutant private limited company) micro-onderneming.

→ [31/1990 Law](#)

→ [6/2011 GEO](#)

→ [ONRC](#)

Specifieke economische sector bij Start-up

De activiteit van elk bedrijf moet vallen binnen een geregistreerde en gereguleerde economische sector, zoals geclassificeerd door de CAEN-nomenclatuur (code van activiteiten in de nationale economie)).

Specifieke vergunningsprocedures en vergunningen kunnen nodig zijn voor een verscheidenheid aan gespecialiseerde economische activiteiten, variërend van voedselverwerking, winning van natuurlijke hulpbronnen tot telecommunicatie en medische diensten.

→ [CAEN](#)

5.5.3. Stap 3: Fiscale regelgeving en boekhouding

Boekhouding

Belastingen en bijdragen verschuldigd door bedrijven en particulieren worden gecodificeerd in het fiscaal wetboek, de wet 227/2015, bijgewerkt en gewijzigd.

Het Roemeense fiscale regime voor bedrijven wordt bepaald door vier primaire belastingen die rechtstreeks van toepassing zijn op bedrijven, hun eigenaren of consumenten, en twee belastingen die worden betaald door werknemers (en zelfstandigen).

Vennootschapsbelasting

De vennootschapsbelasting (16%) die alle ondernemingen moeten betalen over hun belastbare winst

Dividendbelasting

De dividendbelasting (5%) die betrekking heeft op dividendbetalingen door de onderneming aan geassocieerde deelnemingen of aandeelhouders.

De inkomstenbelasting voor micro-ondernemingen (1-3%) die alle micro-ondernemingen (besloten vennootschappen met beperkte aansprakelijkheid met een bruto-inkomen van minder dan 1 miljoen euro per jaar die zich registreren als micro-onderneming) betalen over hun bruto-inkomen in plaats van de vennootschapsbelasting.

De belasting over de toegevoegde waarde (19% of verlaagd voor bepaalde categorieën) die door alle eindverbruikers moet worden betaald, met de mogelijkheid voor nieuwe bedrijven om vrijgesteld te worden als hun bruto-inkomen lager is dan 65.000 euro.

Bovendien betalen werknemers ook twee belastingen over hun salaris, als volgt.

De inkomstenbelasting (10%) verschuldigd over het belastbaar inkomen (verschilt voornamelijk van het bruto inkomen doordat het wordt berekend als het inkomen na betaling van de verplichte sociale en medische premies)

De bijdragen aan sociale (en medische) verzekeringen (25% + 10% + 2,25% - de laatste wordt betaald door de werkgever)

Bepaalde criteria en voorwaarden zijn van toepassing op alle belastingregimes, waarbij specifieke informatie wordt verstrekt door het ministerie van Financiën.

→ [Romanian Ministry of Finance](#)

→ [227/2015 Law](#)

5.5.4. Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan

Zie [Hoofdstuk 4](#) en [Hoofdstuk 6](#).

5.5.5. Stap 5: Een zakelijke rekening openen

Als je een zakelijke rekening bij een Roemeense bank wilt hebben, moet je persoonlijk gaan. De storting van het maatschappelijk kapitaal op een rekening geopend bij de oprichting kan ook fiduciair gebeuren.

5.5.6. Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen

Afhankelijk van hun economische sector kunnen bedrijven zich moeten houden aan strengere of specifieke regels en voorschriften met betrekking tot milieubescherming, vooral in de landbouw-, energie- en industriële activiteitsdomeinen. Als zodanig kan een speciaal milieuvergunningsproces vereist zijn met een uitgebreide lijst van economische activiteiten waarvoor een dergelijke vergunning vereist is, beschikbaar gesteld door de National Environmental Protection Agency via het ministerieel besluit van 1798/2007, bijgewerkt en gewijzigd.

De meeste Roemeense milieubeschermingswetten vloeien rechtstreeks voort uit richtlijnen van de Europese Unie en milieubescherming en worden gehandhaafd door de National Environmental Protection Agency, die ook belast is met het publiceren van alle wetgeving met betrekking tot het milieu.

→ [National Environmental Protection Agency](#)

→ [1798/2007 MO](#)

→ [European Union Environment Portal](#)

5.5.7. Stap 7: Privacy / bescherming van persoonlijke gegevens (een zakelijke website maken)

Bescherming van persoonlijke gegevens

De regelgeving inzake gegevensbescherming in Roemenië wordt uiteengezet in de wet 363/2018, die op zijn beurt werd ontwikkeld en aangenomen om te voldoen aan de regelgeving van de Europese Unie, met name de algemene verordening gegevensbescherming.

De regels en voorschriften voor gegevensbescherming worden gehandhaafd door de nationale toezichthoudende autoriteit voor de verwerking van persoonsgegevens, die ook de instantie is die bevoegd is om GDPR-klachten te onderzoeken.

→ [National Supervisory Authority for Personal Data Processing](#)

→ [363/2018 Law](#)

→ [European Union data protection rules](#)

→ [GDPR](#)

5.5.8. Stap 8: Verzekering

In Roemenië zijn alle zelfstandigen (geautoriseerde personen) en werknemers wettelijk verplicht om deel te nemen aan en gedekt te zijn door de nationale verzekeringsstelsels voor pensioen en gezondheid, en in bepaalde omstandigheden werkloosheid.

Hoewel de aansprakelijkheid voor verzekeringsbijdragen enigszins kan variëren afhankelijk van tijdelijke regelingen voor het starten van een bedrijf, is de aansprakelijkheid over het algemeen vergelijkbaar voor een gemachtigde persoon en een werknemer, met als belangrijkste verschil het feit dat de bijdragen van werknemers bij de bron worden ingehouden (door de werkgever) en rechtstreeks uitbetaald, terwijl de zelfstandigen persoonlijk verantwoordelijk zijn voor de afwikkeling van de betalingen.

5.5.9. Stap 9: Human Resources Management

Naast de fiscale bepalingen met betrekking tot werknemers die al zijn gespecificeerd, worden de algemene regels en voorschriften met betrekking tot de arbeidsmarkt uiteengezet in de Arbeidswet, wet 53/2003, opnieuw gepubliceerd met updates en wijzigingen.

De wet schetst de normale/gebruikelijke bescherming en rechten van werknemers in overeenstemming met de Europese continentale normen, zoals het recht om je bij een vakbond aan te sluiten, het recht op collectieve onderhandelingen, het recht op betaald verlof enz. De standaard werkweek is 40 uur, met een maximum van 8 uur per dag en een minimum betaald verlof (exclusief nationale feestdagen) van 20 werkdagen per jaar.

Net als op alle andere gebieden zijn Europese richtlijnen van toepassing en worden deze in de wetgeving vertaald volgens de vereisten van het VWEU.

→ [European Commission Employment, Social Affairs & Inclusion Portal](#)

→ [53/2003 Law](#)

5.5.10. Stap 10: Patenten and Brands

Het staatsbureau voor uitvindingen en handelsmerken (SOIT) [Oficiul de Statpentru Inventii si Marci (OSIM)] is de Roemeense nationale autoriteit die belast is met de registratie en autorisatie van patenten en brands en andere intellectuele eigendomsartikelen.

De belangrijkste wetten met betrekking tot intellectuele eigendom zijn de wet 129/1992, wet 350/2007, wet 16/1995, wet 84/1998 en wet 64/1991, opnieuw gepubliceerd met updates en wijzigingen.

Een uitgebreide lijst met tarieven en toepasselijke belastingen voor brand registratie en soortgelijke activiteiten wordt verstrekt door de SOIT.

→ [State Office for Inventions and Trademarks](#)

→ [129/1992 Law](#)

→ [64/1991 Law](#)

→ [350/2007 Law](#)

→ [16/1995 Law](#)

→ [84/1998 Law](#)

→ [Tariffs](#)

5.6. Stapsgevijs Turkije

[5.6.1. Stap 1: Kies een rechtsvorm](#)

[5.6.2. Stap 2: Schrijf je bedrijf officieel in bij de Kamer van Koophandel](#)

[5.6.3. Stap 3: Fiscale regelgeving en boekhouding](#)

[5.6.4. Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan](#)

[5.6.5. Stap 5: Een zakelijke rekening openen](#)

[5.6.6. Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen](#)

[5.6.7. Stap 7: Privacy / bescherming van persoonlijke gegevens \(een zakelijke website maken\)](#)

[5.6.8. Stap 8: Verzekering](#)

[5.6.9. Stap 9: Human Resources Management](#)

[5.6.10. Stap 10: Patenten en Brands](#)

Introductie Turkije

Er is een bepaling in clause (I) van artikel 5 van de verordening inzake het openen van een bedrijf en werkvergunningen, gepubliceerd in het staatsblad van 10.08.2005 en genummerd 25902, die de bepaling bevat: "Voldoen aan de bepalingen van de wetgeving inzake vreemdelingen betreffende het openen en in dienst nemen van bedrijven door buitenlanders ". In overeenstemming met [Wet nr. 6735](#), Buitenlanders die een bedrijf willen openen, moeten een werkvergunning krijgen van het Ministerie van Arbeid, Gezin en Sociale Diensten voordat ze kunnen werken.

Als buitenlanders een bedrijf willen openen en onder hun eigen naam en een account, moeten ze bij MoLFSS een aanvraag indienen om een werkvergunning te verkrijgen na voltooiing van de vestigingsprocedures van de genoemde werkplekken bij de relevante autoriteiten (zoals de publicatie van de werkplek in het handelsregister of het handelsregister en het verkrijgen van een fiscaal nummer). Als resultaat van de evaluatie die MoLFSS moet maken, moeten buitenlanders wiens verzoek is goedgekeurd en aan wie werkvergunningen zijn verleend, een aanvraag indienen bij de relevante gemeenten met deze vergunningen en een bedrijfsvergunning en werkvergunning aanvragen.

De procedures en principes voor Syriërs onder tijdelijke bescherming om in ons land te werken, worden geregeld door de "Regeling werkvergunningen voor vreemdelingen onder tijdelijke bescherming", die werd gepubliceerd in het [staatsblad van 15.01.2015 en genummerd 29594](#)., en een werkvergunning voor buitenlanders MoLFSS onder het kader van werken in Turkije.

Buitenlanders die voor eigen rekening zelfstandig werken in het kader van tijdelijke bescherming, na voltooiing van de oprichtingsprocedures van de werkplek op voorwaarde dat ze belastingnummers hebben door de documenten te scannen die de activiteit van de werkplek aangeven, zoals het handelsregister gazette voor bedrijven, het relevante kamerregistratiedocument voor wezenlijke kooplieden, handelaars en ambachtslieden aan het automatiseringssysteem tijdens de aanvraag. Je moet een werkvergunning hebben voordat je aan het werk gaat. De buitenlander moet een

werkvergunning hebben bij het verlenen van een bedrijfs- en werkvergunning door de bevoegde autoriteiten.

Bijna 4 miljoen Syriërs in Turkije

Ondanks hun succes werken jonge migrerende (Syrische) ondernemers in alle landen binnen een onbekende economie en regelgevingsomgeving, met een beperkt klantenbestand en een inconsistente toegang tot incentives en zakelijke ondersteuning. In Turkije kunnen partnerschappen met Turkse bedrijven een aantal van deze uitdagingen vergemakkelijken. Syrische bedrijven brengen unieke competenties met zich mee, waaronder bekendheid met de Arabisch sprekende consumenten van Turkije en bestaande banden met bedrijven in Syrië, het grotere Midden-Oosten en Noord-Afrika. Het benutten van deze competenties kan nieuwe groeikansen betekenen voor Turkse bedrijven. In wezen kunnen Syrische bedrijven toegang bieden tot nieuwe markten in het buitenland, maar Turkse bedrijven kunnen Syriërs helpen binnenlandse markt te breken.

Het Turkse Ministerie van Nationaal Onderwijs (MoNE) beveelt het volgende aan om meer interactie en uiteindelijk partnerschappen tussen Turkse en Syrische bedrijven te cultiveren voor wederzijds voordeel:

- Syrische bedrijven voorzien van middelen om door de Turkse markt en regelgevende omgeving te navigeren.
- Investeer in mogelijkheden voor opleiding en capaciteitsopbouw voor Syrische en Turkse bedrijven, evenals overheidsinstanties die bedrijven en buitenlandse investeerders bedienen.
- Bied netwerkmogelijkheden en platforms aan voor Syrische bedrijven om hun producten en diensten te promoten.
- Beleidsonzekerheden en regeldruk verminderen om Syrische langetermijninvesteringen in Turkije aan te moedigen en formalisering te vergemakkelijken.
- Het bereik en de rechtvaardige toegang tot incentives voor Syrische bedrijven vergroten, vooral om hun exportpotentieel en brand (merk)ontwikkeling te realiseren.
- Verzamel en geef toegang tot gedetailleerde gegevens over Syrische bedrijven voor verdere analyse.

Kamers van koophandel en industrie in alle provincies kunnen het volgende:

- Bereid Arabische taalgidsen voor om o.a. Syrische ondernemers te helpen bij het vinden en runnen van een bedrijf in Turkije. De [Gaziantep Kamer van Koophandel heeft hier ervaring mee](#).
- Staf toegewijde helpdesk voor Syrische ondernemers die een bedrijf willen starten. Bied training en ondersteuning over Turkse wet- en regelgeving, bankregelgeving en beschikbare investerings- en export incentives.
- Organiseren van zakelijke netwerkbijeenkomsten. Breng Syrische en Turkse bedrijven samen onder de paraplu van een onpartijdige kamer.
- Syrische bedrijven een platform en locatie bieden om hun commerciële activiteiten bij Turkse bedrijven te introduceren. Het houden van deze bijeenkomsten in het Engels kan voor sommige potentiële partners een gemeenschappelijke werktaal zijn.

5.6.1. Stap 1: Kies rechtsvorm

Bedrijfstypen onder TCC en alternatieve rechtsvormen

Er zijn rechtsvormen met- en zonder rechtspersoonlijkheid voor bedrijven onder de TCC, waarin staat dat bedrijven onder de volgende typen kunnen worden opgericht:

a. Rechtsvormen met rechtspersoonlijkheid

Naamloze vennootschap (JSC)

Vennootschap met beperkte aansprakelijkheid (LLC)

Coöperatieve vennootschap

Hoewel sommige financiële drempels (d.w.z. minimumkapitaal) en organen van elkaar verschillen, zijn de te volgen procedures voor het opzetten van een JSC of een LLC dezelfde.

b. Rechtsvormen zonder rechtspersoonlijkheid

Collectief bedrijf (Maatschap)

Commanditaire Vennootschap

Hoewel bedrijven kunnen worden opgericht volgens deze vijf verschillende typen, zijn JSC en LLC de meest gebruikte typen, zowel in de wereldeconomie als in Turkije..

5.6.2. Stap 2: Schrijf je bedrijf officieel in bij de Kamer van Koophandel

Turkije heeft hervormingen doorgevoerd om het zakendoen te vergemakkelijken en het investeringsklimaat te verbeteren, de bureaucratie bij het opzetten van een bedrijf weg te nemen en de kosten en procedures tot een minimum te beperken. Daartoe wordt het oprichten van een bedrijf nu alleen gedaan bij handelsregistratiekantoren in de Kamers van Koophandel en ontworpen als een 'one-stop-shop'. Het proces is binnen dezelfde dag voltooid. Het proces van het oprichten van een naamloze vennootschap of vennootschap met beperkte aansprakelijkheid is vrij eenvoudig en ongecompliceerd, vooral nadat de notariële en apostillecertificering of bekrachtigingsformaliteiten zijn voltooid met betrekking tot de documenten die bij de aanvraag moeten worden ingediend. Om het proces van het oprichten van een bedrijf in Turkije te starten, moet bepaalde informatie op MERSIS worden ingevoerd. Deze stap vereist onder meer dat een fiscaal identificatienummer wordt verkregen voor niet-Turkse individuen en/of rechtspersonen die aandeelhouders en/of bestuurders van het bedrijf zullen zijn. Zodra de belastingidentificatienummers zijn verkregen van de relevante belastingdienst en aan MERSIS zijn verstrekt, wordt een MERSIS-nummer gegenereerd voor buitenlanders.

Bij indiening van de documenten via MERSIS, zullen dergelijke documenten worden gecertificeerd door een notaris of het relevante handelsregister in Turkije. Bij de certificering van de documenten moeten de gecertificeerde documenten en alle andere ondersteunende oprichtingsdocumenten (bijv. Handtekeningverklaringen door de leden van de raad van bestuur en andere ondertekenaars, blokkeerbrief van een bank in Turkije waarin wordt verklaard dat ten minste 25 % van het aandelenkapitaal van de entiteit is gestort en geblokkeerd op een bankrekening, enz.) zoals gevraagd door het relevante handelsregister fysiek worden ingediend voor registratie. Zodra het relevante handelsregister alle documentatie als volledig en geschikt heeft verklaard, wordt een registratiecertificaat verstrekt dat de oprichting van het nieuwe bedrijf bewijst. Het handelsregister zal ook de verplichte juridische en financiële boeken van de nieuw opgerichte onderneming samen met het registratiecertificaat verstrekken. Lees verder [hier](#).

5.6.3. Stap 3: Fiscale regelgeving en boekhouding

TURKS BELASTINGSSYSTEEM

Het Turkse directe belastingstelsel bestaat uit twee hoofdbelastingen; inkomstenbelasting en vennootschapsbelasting. Een individu is onderworpen aan de inkomstenbelasting over zijn inkomen en verdiensten, in tegenstelling tot een vennootschap die aan vennootschapsbelasting is onderworpen over zijn inkomen en verdiensten. De belastingregels voor individuele inkomsten en inkomsten zijn opgenomen in de wet op de inkomstenbelasting 1960 (ITL). Evenzo zijn de regels met betrekking tot de belasting van bedrijven opgenomen in de wet op de vennootschapsbelasting 1949 (CTL). Ondanks het feit dat elk onder een andere wetgeving valt, zijn veel regels en bepalingen van de wet op de inkomstenbelasting ook van toepassing op bedrijven, met name wat betreft inkomenselementen en de bepaling van het netto-inkomen.

INKOMSTENBELASTING:

Belastbaar inkomen:

De inkomstenbelasting wordt geheven over het inkomen van particulieren. Onder individuen worden natuurlijke personen verstaan. Bij de toepassing van de inkomstenbelasting worden partnerschappen niet als afzonderlijke entiteiten beschouwd en wordt elke partner afzonderlijk belast over zijn aandeel in de winst. Het inkomen van een persoon kan bestaan uit een of meer inkomenselementen die hieronder worden vermeld:

- Bedrijfswinsten,
- Landbouwwinsten,
- Salarissen en lonen,
- Inkomsten uit zelfstandige persoonlijke dienstverlening
- Inkomsten uit onroerende zaken en rechten (huurinkomsten)
- Inkomsten uit roerende goederen (inkomsten uit kapitaalbeleggingen)
- Overige inkomsten en inkomsten zonder rekening te houden met de bron van inkomsten

Belastingschuld:

In het algemeen wordt het ingezetenschaps criterium gebruikt bij het bepalen van de belastingplicht voor individuen. Dit criterium vereist dat een persoon die zijn woonplaats in Turkije heeft, belasting moet betalen over zijn wereldinkomen (onbeperkte aansprakelijkheid). Elke persoon die meer dan zes maanden in een kalenderjaar in Turkije verblijft, wordt verondersteld inwoner van Turkije te zijn. Buitenlanders die zes maanden of langer in Turkije verblijven voor een specifieke baan of bedrijf of voor bepaalde doeleinden die in het ITL zijn gespecificeerd, worden niet als ingezetenen behandeld en daarom is voor hen geen onbeperkte belastingplicht van toepassing..

Naast het ingezetenschaps criterium, binnen een beperkte reikwijdte, is het nationaliteitscriterium ook van toepassing, ongeacht hun verblijfsstatus. Turkse staatsburgers die in het buitenland wonen en werken voor de overheid of een overheidsinstelling of een bedrijf waarvan het hoofdkantoor in Turkije is gevestigd, worden beschouwd als onbeperkt aansprakelijk belastingplichtigen. Dienovereenkomstig zijn zij onderworpen aan de inkomstenbelasting over hun wereldinkomen.

Niet-ingezetenen zijn alleen belastingplichtig over hun inkomen uit bronnen in Turkije (beperkte aansprakelijkheid). Voor belastingdoeleinden is het vooral belangrijk om te bepalen onder welke omstandigheden inkomen wordt geacht te zijn verkregen in Turkije. De bepalingen van artikel 7 van de wet op de inkomstenbelasting behandelen deze kwestie. In de volgende omstandigheden wordt aangenomen dat het inkomen afkomstig is uit Turkije.

Bedrijfswinst: Een persoon moet een vaste inrichting of vaste vertegenwoordiger in Turkije hebben en inkomsten moeten voortvloeien uit zaken die in deze vaste inrichting of via dergelijke vertegenwoordigers worden uitgeoefend.

Landbouwincome: Landbouwactiviteiten die inkomen genereren, moeten plaatsvinden in Turkije.

Lonen en salarissen:

- Diensten moeten worden verleend of verantwoord in Turkije.
- Vergoedingen, toewijzingen, dividenden en dergelijke betaald aan de voorzitters, bestuurders, accountants en vereffenaars van de vestiging in Turkije, moeten in Turkije worden verantwoord.

Inkomsten uit onafhankelijke persoonlijke diensten: onafhankelijke persoonlijke diensten moeten worden uitgevoerd of verantwoord in Turkije.

Inkomsten uit onroerende goederen:

- Onroerende zaken moeten in Turkije zijn;
- Rechten die als onroerend worden beschouwd, moeten in Turkije worden gebruikt of verantwoord.

Inkomsten uit roerende kapitaalinvesteringen: Investering van het kapitaal moet in Turkije plaatsvinden.

Overige inkomsten en inkomsten: De activiteiten of transacties die andere inkomsten genereren, gespecificeerd in de wet op de inkomstenbelasting, moeten worden uitgevoerd of verantwoord in Turkije. De hierboven gebruikte term om de belastingplicht van niet-ingezetenen te verduidelijken, betekent dat een betaling in Turkije moet worden gedaan, of dat, als de betaling in het buitenland wordt gedaan, deze in de boeken in Turkije moet worden opgenomen..

Bepaling van het nettoresultaat:

Bedrijfswinst:

Bedrijfswinst wordt gedefinieerd als winst die voortvloeit uit commerciële of industriële activiteiten. Hoewel deze definitie zeer uitgebreid is en alle soorten commerciële en industriële activiteiten omvat, sluit het ITL sommige activiteiten uit van de inhoud van bedrijfswinsten. Over het algemeen worden activiteiten uitgevoerd door handelaars en ambachtslieden die geen vaste vestiging hebben, niet beschouwd als commerciële en industriële activiteiten en zijn ze vrijgesteld van inkomstenbelasting..

Om inkomsten uit commerciële en industriële activiteiten te kunnen belasten, moet er bovendien continuïteit zijn in de uitvoering van deze activiteiten. Met andere woorden, incidentele activiteiten in die aard worden niet behandeld als commerciële of industriële activiteiten en daarom behandelt de wet op de inkomstenbelasting deze activiteiten als de overige inkomsten en inkomsten..

Het ITL vermeldt niet elke commerciële en industriële activiteit en verwijst voor de reikwijdte van deze voorwaarden alleen naar de Turkse handelswet. Toch worden verschillende activiteiten genoemd, namelijk ter verduidelijking in artikel 37. Deze zijn als volgt:

- De exploitatie van mijnen, steengroeven en tijdgroeven, winning van zand en kiezelstenen operaties van steen- en tegelovens;
- Aandelenhandel;
- Exploitatie van particuliere scholen, ziekenhuizen en soortgelijke plaatsen;
- Regelmatige handelingen van verkoop, aankoop en bouw van onroerend goed;
- Aan -en verkoop van effecten/obligaties namens iemand en doorlopend;
- gehele of gedeeltelijke verkoop van grond die is verkregen door aankoop of ruil en binnen vijf jaar na de aankoopdatum is onderverdeeld en tijdens deze periode of in daaropvolgende jaren is verkocht;
- Inkomsten uit gebitsprothese.

Kortom, het belastbaar inkomen van een zakelijke onderneming is het verschil tussen haar netto activa aan het begin en aan het einde van een kalenderjaar.

Er worden twee methoden gebruikt om bedrijfswinsten te berekenen: forfaitaire basis en werkelijke basis in de eerste methode, de wet op de inkomstenbelasting specificeert de geschatte bedrijfswinsten voor belastingbetalers die in aanmerking komen voor een dergelijke behandeling volgens de relevante bepalingen van de wet. De belangrijkste veronderstelling is dat die belastingplichtigen die door de wet worden gespecificeerd, moeite hebben om de boekhouding bij te houden en hun inkomen op de werkelijke basis te bepalen. Daarom worden hun inkomstenbelastingen berekend op basis van hun geschatte winsten bepaald door de wet.

Bij de laatste methode wordt de bedrijfswinst bepaald op de werkelijke basis: belastingbetalers moeten een boekhouding bijhouden om hun werkelijke inkomsten en uitgaven die zich binnen het kalenderjaar voordoen, te registreren. Over het algemeen worden bedrijfsgerelateerde kosten die zijn betaald of opgelopen in verband met het bedrijfsleven, in mindering gebracht op de opbrengsten:

Aftrekbare kosten:

Om het nettobedrag van de bedrijfswinsten op feitelijke basis te bepalen, kunnen de volgende kosten in mindering worden gebracht op de opbrengsten:

- algemene uitgaven voor het behalen en behouden van bedrijfswinst;
- reis –en maaltijd kosten voor werknemers op de werkplek;
- uitgaven voor medische behandelingen en medicijnen;
- verzekeringen en pensioenpremies;
- kledingkosten betaald voor werknemers;
- verliezen, schadevergoedingen en vergoedingen betaald op basis van schriftelijke overeenkomsten, juridische decreten of krachtens de wet;
- voor de onderneming relevante reis- en verblijfkosten;

- uitgaven voor voertuigen die deel uitmaken van de onderneming en worden gebruikt in het bedrijf;
- belastingen in natura, zoals bouw- en verbruiksbelastingen, postzegels en gemeentelijke belastingen en vergoedingen en heffingen, gerelateerd aan het bedrijf;
- afschrijvingen aangelegd volgens de bepalingen van de wet op de belastingprocedures;
- betalingen aan de vakbonden;

Betalingen die niet als onkosten worden geaccepteerd:

De hieronder vermelde betalingen worden niet als aftrekbare kosten beschouwd;

- fondsen die door de eigenaar of door zijn echtgenoot of kinderen aan de onderneming zijn onttrokken, of andere activa in natura die door hen zijn ingenomen;
- maandelijks salarissen, lonen, bonussen, provisies en vergoedingen betaald aan de eigenaar van de onderneming, zijn echtgenoot of zijn minderjarige kinderen;
- rente over het door de eigenaar van de onderneming geïnvesteerde kapitaal;
- rente gebaseerd op de rekening-courant van de eigenaar van de onderneming, zijn echtgenoot, zijn minderjarige kinderen inclusief rente op alle vorderingen;
- alle boetes en belastingboetes, evenals vergoedingen die voortvloeien uit onwettige handelingen. Schadevergoedingen die zijn opgelopen als boeteclausules in contracten worden niet beschouwd als schadevergoedingen van punitieve aard;
- % 0 procent van de advertentie-uitgaven voor alle soorten alcohol en alcoholische dranken, tabak en tabaksproducten (huidig tarief is verlaagd tot 0 procent door een regeringsbesluit).

5.6.4. Stap 4: Schrijf een bedrijfsplan

Zie [Hoofdstuk 4](#) en [Hoofdstuk 6](#).

5.6.5. Stap 5: Een zakelijke rekening openen

Het bedrijf moet potentiële fiscale identiteitsnummers voor niet-Turkse aandeelhouders en niet-Turkse bestuursleden van het bedrijf opvragen bij het relevante belastingkantoor. Dit potentiële fiscale identiteitsnummer is nodig om een bankrekening te openen om het kapitaal van de op te richten vennootschap te storten.

De door de belastingdienst vereiste documenten zijn als volgt:

Petitie waarin om registratie wordt verzocht

Statuten (één origineel)

Kopie van het huurcontract met het geregistreerde adres van het bedrijf

Als het proces zal worden gevolgd door een volmacht, moet een volmacht worden afgegeven waarin specifiek de bevoegdheid wordt getoond om namens het bedrijf op te treden voor de belastingdienst om een fiscaal identiteitsnummer of mogelijk fiscaal identiteitsnummer te verkrijgen.

Bankrekeningen

In de afgelopen jaren heeft de Turkse Republiek de processen om een bankrekening in Turkije te openen voor buitenlanders verlicht door middel van een aantal voorschriften om de investeringen te vergroten en het voor buitenlanders gemakkelijker te maken. Deze regelgeving stelt een buitenlander die naar Turkije is gekomen om te werken in staat om gemakkelijk geld naar zijn familie in het buitenland te sturen, ze zullen het dagelijks leven van een buitenlander gemakkelijker maken door te kunnen profiteren van bankprocessen en ze zullen ervoor zorgen dat de investeringen en financiële bedrijfsactiviteiten van buitenlanders aanzienlijk sneller worden gerealiseerd en nog veel meer voordelen. De openingsprocedures van een bankrekening voor buitenlanders variëren echter van bank tot bank. Hoewel het bij sommige banken niet lang duurt, kan het bij andere het tegenovergestelde zijn. Enkele grote Turkse banken zijn İş Bankası (İsbank), Yapı Kredi Bankası, TEB, QNB Finansbank, Halkbank, Vakıfbank, ING Bank, Akbank, Ziraat Bankası and Garanti Bankası.

Wat is de procedure?

Er zijn twee soorten het openen van een bankrekening voor buitenlandse staatsburgers in Turkije; de eerste is de procedure om een bankrekening voor personen te openen en de tweede is voor rekeningen op naam van een bedrijf.

De juridische procedures en principes om een buitenlandse burger in staat te stellen een bankrekening in Turkije te openen, worden hieronder opgesomd:

Allereerst moet de persoon die een bankrekening wil openen, een correspondentieadres bepalen.

Buitenlanders moeten een fiscaal nummer hebben om een bankrekening in Turkije te kunnen openen. De buitenlandse burger kan een potentieel belastingnummer krijgen door persoonlijk een staatsbelastingkantoor te bezoeken binnen een tijd die afhangt van de afstand van het kantoor.

Met het belastingnummer dat hij van de belastingdienst ontvangt, kan de buitenlander een bankrekening openen en bankprocessen realiseren.

Sommige banken vragen mogelijk om een gsm-nummer van hun klanten. De buitenlandse burger moet daarom een telefoonnummer aanschaffen bij een Turkse exploitant.

De juridische procedures en principes om een buitenlandse onderneming in staat te stellen een zakelijke bankrekening in Turkije te openen, worden hieronder opgesomd:

In tegenstelling tot persoonlijke bankrekeningen kunnen zakelijke rekeningen alleen worden geopend door een bestuurder die een tekenbevoegdheid bezit.

Een fiscaal nummer moet worden aangevraagd bij het belastingkantoor van het bedrijf. Het bedrijf waarvoor een bankrekening moet worden geopend, hoeft niet in Turkije te zijn gevestigd of financiële activiteiten te hebben in Turkije. Het is voldoende om een correspondentieadres te hebben.

Om een rekening te openen, doet de bevoegde bestuurder een aanvraag bij de bank, samen met het belastingnummer en alle documenten van het bedrijf die zijn vertaald en goedgekeurd door de notaris of het consulaat. Deze bedrijfsdocumenten zijn de belangrijkste; bedrijfsovereenkomst, handelskamer registratie, handelsregister, oprichtings- en activiteit documenten en indien beschikbaar licenties.

İşbank: het openen van een bankrekening bij İşbank is snel en gemakkelijk. Het is noodzakelijk om de onderstaande documenten te verzamelen en een aanvraag in te dienen bij het dichtstbijzijnde İşbank-filiaal.

Een geldig paspoort niet ouder dan 10 jaar of een geldige verblijfsvergunning (als beide niet beschikbaar zijn, en een officieel document dat is goedgekeurd door het Turkse ministerie van Financiën dat het nationale identiteitsbewijs valideert, wordt dit geaccepteerd)

Uw buitenlands identificatienummer of fiscaal identificatienummer

Bewijs (kopie van elektriciteits-, water-, aardgas- of telefoonrekening gericht op uw naam en van de laatste drie maanden) van uw geldige woonadres in Turkije of het afgedrukte adres op uw paspoort

Garantibank: Bezoek het kantoor om een wachtwoord voor Mobiel/Online Bankieren te krijgen om een rekening te kunnen openen.

Akbank: bezoek het filiaal om een bankrekening te openen of een wachtwoord voor internetbankieren te krijgen of bel de dienst voor expatbankieren van de Akbank.

Ziraat Bankası: Om een zichtrekening in vreemde valuta of een lopende rekening in Turkse lira te openen, kun je een aanvraag indienen bij onze kantoren of ons internetkantoor.

5.6.6. Stap 6: Milieubeschermingswetten en -regels en het aanvragen van vergunningen

De milieuwetgeving en de secundaire wetgeving regelen de bescherming van het milieu en bestraffen elke handeling die in strijd is met de regels van de wetgeving en die het milieu kan vervuilen. Het ministerie van Milieu en Verstedelijking treedt op als regelgevende instantie via de provinciale directies. Afhankelijk van de aard en het type activiteit kunnen investeerders worden verplicht om milieueffectrapporten en milieuvergunningen te verstrekken. Het niet naleven van de Turkse milieuwetgeving kan leiden tot het opleggen van bestuursrechtelijke bepalingen en burgerlijke en strafrechtelijke aansprakelijkheid

MILIEUVERGUNNINGEN EN BEOORDELINGEN

Milieuvergunningen en -beoordelingen vallen op grond van de milieuwetgeving onder de Regeling omgevingsvergunning en -vergunning en de Regeling milieueffectrapportage. Deze regelgeving introduceert een uitgebreid systeem van vergunningen en vergunningen die op grond van de milieuwetgeving moeten worden verkregen. 7.1.2 Milieueffectrapportage Afhankelijk van het risicoprofiel dat de activiteit van een entiteit ten aanzien van het milieu bezit, kan van een dergelijke entiteit worden verlangd dat zij een milieueffectrapport verstrekken. Voor grootschalige industriële investeringen is het bijna altijd verplicht om een rapport te verstrekken waarin wordt geanalyseerd of de investering aanzienlijke nadelige effecten op het milieu zou hebben. Het rapport zelf is niet voldoende om de goedkeuring van het Ministerie van Milieu en Verstedelijking te verkrijgen voor de uitvoering van het project. De toepasselijke wetgeving vereist ook openbare raadplegingsvergaderingen en beoordeling door een speciale onafhankelijke commissie voordat het ministerie van Milieu en Verstedelijking een besluit "Milieueffectbeoordeling bevestigend" of "Negatief milieueffectbeoordeling" kan uitvaardigen..

In het eerste geval kan de investeerder doorgaan met de investering, onder voorbehoud van het verkrijgen van andere noodzakelijke toestemmingen (indien van toepassing), terwijl de laatste elke toekomstige activiteit in verband met de investering beperkt. Bovendien kon voor de activiteiten die onderworpen zijn aan een milieueffectrapportage zonder de MEB-bevestigende beslissing, geen

andere openbare procedure zoals aanbestedingen, stimulansen en goedkeuringen van plannen worden uitgevoerd. EIA gedraagt zich als een voorwaarde voor hele andere procedures.

Milieuvergunningen

Investeerders zijn verplicht om ofwel een "Milieuvergunning" of een "Milieuvergunning en licentie" te verkrijgen, afhankelijk van de impact van hun activiteiten op het milieu. Het Ministerie van Milieu en Verstedelijking geeft een "Milieuvergunning" af in verband met luchtmissie, omgevingslawaaï, diepzee lozing of lozing van gevaarlijk afval vanuit een faciliteit. Investeerders moeten een "Milieuvergunning en licentie" verkrijgen met betrekking tot de technische toereikendheid van de desbetreffende faciliteit. Elke vergunning en elke vergunning afgegeven onder de milieuwetgeving is 5 jaar geldig vanaf de datum van uitgifte en kan daarna worden verlengd met periodes van 5 jaar. Als algemene regel geldt dat entiteiten die actief zijn in de sectoren energie, mijnbouw, constructie en bouwmaterialen, metaal, chemicaliën, oppervlaktecoating, bosproducten, voedsel, landbouw en veeteelt, en afvalbeheer, moeten beschikken over een 'milieuvergunning'. of een "Milieuvergunning en licentie", afhankelijk van hun productiecapaciteit en hun lozingseisen. Zelfs als een entiteit niet onderworpen is aan een vergunning op grond van de milieuwetgeving, moet ze hieraan voldoen tijdens het uitoefenen van activiteiten.

Andere milieuverplichtingen

Hoewel de meeste milieuverplichtingen worden gedekt door (i) Milieuwetgeving, (ii) Milieuvergunningen en-vergunningenverordening en (iii) Milieueffectbeoordelingsverordening, zijn andere (met name sectorspecifieke) milieuverplichtingen opgenomen in andere verordeningen. Entiteiten moeten ook voldoen aan andere milieuverplichtingen met betrekking tot het werkterrein, gespecificeerd in de verordening industriële luchtverontreiniging, verordening inzake beoordeling en beheer van omgevingslawaaï, verordening bescherming van wetlands, afvalbeheerverordening, verordening olieafvalcontrole, verpakkingen Afvalbeheersingsverordening, de verordening ter beperking van de gevolgen en ter voorkoming van ernstige industriële ongevallen, verordening stralingsveiligheid.

SANCTIES

De milieuwet introduceert een strikte aansprakelijkheidsregeling zonder schuld voor niet-naleving van de wet en vervuiling van het milieu. Vervuilers zijn aansprakelijk voor de schade die het gevolg is van hun handelingen, ongeacht de ernst van de fout. In het geval van een overtreding kan het beschuldigde bedrijf een redelijke termijn krijgen (niet langer dan 1 jaar) om de overtreding te verhelpen, hetgeen het mogelijk maakt sancties te treffen. Hoewel de meeste sancties bestaan in de vorm van een administratieve maatregel, kan het overtreden van de milieuwetgeving en de secundaire wetgeving ook leiden tot strafrechtelijke aansprakelijkheid voor de vervuiler. Voor 2019 kunnen de administratieve boetes wegens niet-naleving van de milieuwet en haar secundaire wetgeving oplopen tot 6.017.320 TRY, afhankelijk van de ernst van de inbreuk. Elk jaar wordt het van toepassing zijnde bestuursrecht verhoogd volgens een door de voorzitter bekendgemaakt tarief.

5.6.7. Stap 7: Privacy / bescherming van persoonlijke gegevens (een zakelijke website maken)

De Algemene Verordening Gegevensbescherming ("AVG") is in mei in werking getreden - zoals elk bedrijf in Europa weet. Turkije heeft vergelijkbare wetgeving, hoewel er enkele verschillen zijn. Bedrijven die zaken doen in Turkije, moeten weten hoe deze wetten in de praktijk werken.

De Turkse gegevensbeschermingswet ("DPL"), die in 2016 werd aangenomen, gaat vergezeld van andere voorschriften en communicaties, terwijl ontwerpversies van secundaire wetgeving zijn

gepubliceerd door de toezichhoudende autoriteit van Turkije, de Raad voor de bescherming van persoonsgegevens ("DPB"). Door deze wijzigingen moeten gegevensbeheerders voldoen aan meerdere verplichtingen bij het omgaan met persoonlijke gegevens, terwijl de wetgeving ook van invloed is op elke werknemer, waardoor het belangrijk is voor bedrijven die in Turkije actief zijn om de gevolgen van nalatigheid te begrijpen..

Bij het onderzoeken van de verschillen tussen DPL en AVG, is het belangrijkste punt hoe deze van invloed zijn op bedrijven die in Turkije actief zijn. Afkomstig uit EU-richtlijn 95/46 / EG, biedt DPL verschillende toevoegingen en herzieningen. Hoewel het bijna allemaal dezelfde principes voor eerlijke informatie bevat, staat DPL geen interpretatie van "compatibele doeleinden" toe, terwijl verdere verwerking ten strengste verboden is. Als gegevens worden verzameld voor een doel waarvoor de betrokkene toestemming heeft gegeven, kan de verantwoordelijke deze voor een ander doel gebruiken, mits aanvullende specifieke toestemming wordt gegeven, of als verdere verwerking nodig is voor wat als gerechtvaardigde belangen worden beschouwd.

Gronden voor verwerking onder DPL zijn vergelijkbaar met die welke van toepassing zijn op AVG, behalve dat expliciete toestemming vereist is wanneer gevoelige en niet-gevoelige persoonsgegevens worden verwerkt - een veel tijdrovender proces. Op het eerste gezicht zou een dergelijke lastige verplichting DPL een hoger niveau van gegevensbescherming moeten bieden dan de AVG. De definitie van expliciete toestemming van de DPL moet echter worden vergeleken met de reguliere toestemming van de AVG. Beide vereisen "vrij gegeven, specifieke en geïnformeerde toestemming", maar de AVG bepaalt ook dat er een "ondubbelzinnige indicatie moet zijn van de wensen van de betrokkene waarmee hij of zij, door een verklaring of door een duidelijke bevestigende handeling, akkoord gaat met de verwerking van persoonlijke gegevens die op hem of haar betrekking hebben."

Onder DPL is de grensoverschrijdende doorgifte van persoonsgegevens naar een derde land eveneens lastig: het land van bestemming moet voldoende beschermd zijn, volgens criteria die door de DPB zijn bepaald. Als alternatief moeten partijen zich committeren om voldoende bescherming te bieden die voldoet aan de goedkeuring van DPB. Maar DPL omvat ook het volgende: "In gevallen waarin de belangen van Turkije of de betrokkene ernstig worden geschaad, zullen persoonlijke gegevens alleen naar het buitenland worden overgedragen na goedkeuring van de Raad na het inwinnen van de mening van relevante openbare instellingen en organisaties." Dit verplicht verwerkingsverantwoordelijken om te beoordelen of een doorgifte mogelijk ernstige schade zou kunnen berokkenen, en als dat het geval is, hebben ze de goedkeuring van de DPB nodig. Het is echter onduidelijk hoe dergelijke belangen moeten worden bepaald.

AVG vereist dat verwerkingsverantwoordelijken interne dossiers bijhouden, hoewel er geen algemene vereiste is om zich te registreren bij de gegevensbeschermingsautoriteiten, terwijl DPL een hybride oplossing biedt, die registratie- en archiveringsvereisten combineert: een registratiemechanisme dat verwerkingsverantwoordelijken verplicht zich te registreren bij een verwerkingsverantwoordelijke 'register'. Het ontwerp-DPB-verordening vereist dat ze hun inventaris van de verwerking van persoonsgegevens en het beleid voor het bewaren en vernietigen van persoonsgegevens aan de DPB overhandigen voordat ze hun registratie voltooiën. Voor elk bedrijf dat onderhevig is aan zowel DPL als AVG, is de beste manier om dubbele nalevingsinspanningen te voorkomen het formuleren van een flexibel nalevingsmodel dat voldoet aan de eisen van regelgevende autoriteiten in meerdere rechtsgebieden..

Voor meer Informatie [HIER](#).

5.6.8. Stap 8: Verzekering

Het [socialezekerheidsstelsel in Turkije](#) is overwegend vergelijkbaar met het Bismarck-model, een van de vier basisverzekeringssystemen: Continentaal Model (Bismarck), Liberalistisch Model (Beveridge), Noord-Europees Model en Mediterraan Model. Het Bismarck-model verwijst naar een systeem waarbij de premies die worden betaald over het loon van werknemers op basis van hun verzekeringsstatus, worden verzameld in een gemeenschappelijke pool en de uitkeringen worden verstrekt op basis van de betaalde premies, alleen wanneer er recht op ouderdomspensioen is. Het bedrag van de uitkeringen die aan de verzekerden worden toegekend in geval van pensionering, ongeval en ziekte hangt af van het inkomen dat ze voorheen hadden. De belangrijkste actoren in dit systeem zijn werknemers, werkgevers en vertegenwoordigers in de publieke sector. Dit systeem heeft meer regelgevende maatregelen op de arbeidsmarkt dan een liberalistisch systeem, wat de flexibiliteit van de arbeidsmarkt belemmert. Tegelijkertijd zijn er strikte regels en mechanismen voor collectieve onderhandelingen naar voren gekomen.

Het Turkse socialezekerheidsstelsel heeft ook enkele elementen van het mediterrane model en het Bismarck-model. Het mediterrane model is afgeleid van het continentale model en vertoont gelijkenis met dit model in die zin dat de betaalde sociale verzekeringspremies een basis vormen voor toekomstige sociale uitkeringen. Een ander aspect van het mediterrane model dat vergelijkbaar is met het Turkse model, is de omvang van de informele economie. Om deze reden dekt het systeem niet veel mensen; sociale risico's worden echter geprobeerd uit te sluiten door middel van familiebanden. Dit model heeft de concepten van de traditionele gezins- en agrarische samenleving op de voorgrond geplaatst; dus mensen worden ondersteund door hun families zonder te overwegen of de staat al dan niet uitkeringen verstrekt in geval van verlies inkomstenderving of sociale risico's.

Door deze hervorming is een aantal structurele wijzigingen aangebracht in het Turkse socialezekerheidsstelsel. Er is een overgang gerealiseerd van het systeem dat verschillende rechten geeft aan verschillende beroepsgroepen naar het systeem dat de eenheid van standaarden en normen op het gebied van pensioenverzekeringen waarborgt. Met als doel de duurzaamheid van het systeem te waarborgen, hebben deze structurele veranderingen niet geleid tot afwijking van het mediterrane model-continentale model.

Hervorming van de sociale zekerheid

Sinds de jaren negentig doen zich een aantal financiële problemen voor in het Turkse socialezekerheidsstelsel als gevolg van verschillende redenen, zoals de invoering van vervroegde uittreding, hoge percentages niet-geregistreerde arbeid, inkomensvervanging, lage premie-inningen en inkomsten waarvoor premies zijn betaald. Dit systeem omvat niet de hele bevolking en biedt onvoldoende waarborgen tegen armoede. Het op niet-systematische wijze verlenen van diensten door verschillende sociale zekerheidsinstellingen belemmert de eenheid van normen inzake rechten en plichten van werknemers. Het werd verplicht om hervormingen door te voeren in het socialezekerheidsstelsel als gevolg van al deze problemen en de vergrijzing van de bevolking, wat een van de belangrijkste factoren is die de financiële houdbaarheid van het systeem beïnvloeden.

Met het oog op de herstructurering van het socialezekerheidsstelsel werd in 2008 een hervorming doorgevoerd toen wet nr. 5510 in werking trad om oplossingen te zoeken voor de prominente problemen, zoals het bestaan van een toenemend tekort van het systeem en verschillende implementaties die de instellingen hadden in het verstrekken van gezondheids- en verzekeringsdiensten.

Het primaire doel van de hervorming van de sociale zekerheid is het creëren van een rechtvaardig, gemakkelijk toegankelijk en financieel duurzaam socialezekerheidsstelsel dat een effectievere bescherming tegen armoede biedt.

De hervorming van de sociale zekerheid bestaat uit 4 complementaire componenten:

Universele ziektekostenverzekering die rechtvaardige, beschermende en kwaliteitsvolle gezondheidszorg biedt voor de hele bevolking,

Een hulpsysteem dat alle hulpbehoevenden in staat stelt toegang te krijgen tot de diensten met een combinatie van niet op premie- of bijdragebetaling berustende betalingen en ongeorganiseerde sociale uitkeringen,

Een enkel pensioenregime met inbegrip van takken van verzekeringen op korte en lange termijn, afgezien van ziektekostenverzekeringen,

Een nieuwe institutionele structuur die het dagelijks leven van onze burgers vergemakkelijkt door middel van moderne en efficiënte diensten.

De hervorming van de sociale zekerheid omvat met name de regelgeving met betrekking tot de verbetering van het pensioenstelsel en de uitgaven. Vanuit dit oogpunt is er een reeks wijzigingen aangebracht in het vervangingspercentage voor pensioenen, de actualiseringscoëfficiënt, het aantal betaalde premiedagen en leeftijdparameters en is een overgangperiode voorzien. Aangezien de vorige regels worden gevolgd tot de voltooiing van de overgangperiode, kan het effect van deze parametrische veranderingen op het tekort op de sociale zekerheid op korte termijn pas in de jaren 2040 worden waargenomen..

De hervormingen die tot nu toe zijn doorgevoerd, zijn gericht op het vergroten van de dienstverlening voor verzekerden en het wegwerken van gebreken in het socialezekerheidsstelsel. In dit kader zijn er diverse regelingen getroffen op het gebied van zowel ziektekosten als pensioen, zodat verzekerden op de kortst mogelijke tijd diensten kunnen ontvangen. Er zijn een aantal implementaties in de praktijk gebracht om de toegang van verzekernemers tot ziekenhuisdiensten te vergemakkelijken en de relevante procedure die lang wachten vereist, is opgestart om het via internet te doen.

Het primaire doel van een mensgericht systeem is het verlenen van diensten op lokaal niveau. Om deze reden is het systeem waarbij diensten vanuit het centrum werden verleend opgeheven en zijn in veel districten centra voor sociale zekerheid gebouwd om verzekernemers op lokaal niveau in staat te stellen gemakkelijk diensten te ontvangen.

Financiering van sociale zekerheid

Sociale zekerheid wordt over het algemeen gefinancierd door premies of bijdragen die worden geïnd bij werknemers, werkgevers en de staat over de hele wereld.

Er zijn twee manieren om het socialezekerheidsstelsel te financieren:

Kapitalisatie- of spaarmethode (fondsbeheer)

Pay as you go (toewijzings) methode

De pay-as-you-go-methode wordt gebruikt voor de financiering van het socialezekerheidsstelsel in Turkije. Onder het Turkse socialezekerheidsstelsel worden premies geïnd voor lange en korte termijn verzekeringen; werkloosheidsverzekering en universele ziektekostenverzekering. Om de effecten van

vervroegde uittreding op de nationale economie te verminderen, wordt er socialezekerheidspremie geïnd van gepensioneerden die na hun pensionering doorwerken.

De volgende tabel geeft een overzicht van de verzekeringsbranches en het premietarief dat in deze branches wordt betaald:

Personen die premies betalen

Personen die premies betalen, variëren afhankelijk van de status van verzekerden:

De premies voor lange termijn- en korte termijn verzekeringen, universele ziektekostenverzekeringen en werkloosheidsverzekeringen van de personen die met een dienstcontract (werknemers) werken, worden door hun werkgevers aan de sociale zekerheidsinstelling betaald door aftrek van het bedrag dat gelijk is aan de premie die over het totale inkomen is geïnd van het loon van de werknemers en het optellen van het door de werkgevers te betalen premiebedrag.

De premies voor lange termijn- en korte termijn verzekeringen en universele ziektekostenverzekeringen van de personen die voor eigen naam en rekening werken (werkgevers) moeten door henzelf aan de sociale zekerheidsinstelling worden betaald.

De premies voor de lange termijnverzekering en de universele ziektekostenverzekering van ambtenaren worden betaald aan de sociale zekerheidsinstelling door de openbare instelling waar ze werken door het bedrag dat gelijk is aan de premie die over het totale inkomen wordt geïnd, af te trekken van het salaris van de ambtenaar en het bedrag toe te voegen van door de instelling te betalen premie.

De premies voor de lange termijnverzekering en de universele ziektekostenverzekering van optionele verzekerden worden door henzelf aan de sociale zekerheidsinstelling betaald.

5.6.9. Stap 9: Human Resources Management

Volgens de Turkse wet is de arbeidswetgeving van toepassing op bijna alle werknemers, ongeacht de grootte van de werkgever waarvoor ze werken. Het belangrijkste stuk arbeidswetgeving in Turkije is de arbeidswet. Andere belangrijke stukken wetgeving met betrekking tot arbeidsaangelegenheden zijn de volgende: (i) de bepalingen van artikel 14 van wet nr. 1475 die de ontslagvergoedingen regelen, (ii) de arbeids-gezondheids- en veiligheidswet, en (iii) de vakbond en collectief Onderhandelingsovereenkomsten. Bovendien bevat de Turkse Verplichtingscode, een hoofdstuk over arbeidsovereenkomsten, dat van toepassing zal zijn in gevallen waarin de bovengenoemde wetgeving de kwestie niet behandelt.

WERKOVEREENKOMST

Arbeidsovereenkomsten worden anders behandeld dan andere particuliere overeenkomsten naar Turks recht. Het belangrijkste doel van arbeidsovereenkomsten is de werknemer te beschermen en een sociaal evenwicht tussen werknemer en werkgever te behouden. Om ervoor te zorgen dat deze doelstellingen worden bereikt, zijn de wettelijke rechten en voordelen toegekend aan werknemers onder de arbeidswetgeving verplicht en kunnen ze niet contractueel worden uitgesloten of gewijzigd ten nadele van de werknemer. Contractuele regelingen die de wettelijke rechten en voordelen van werknemers onder de arbeidswet versterken, zijn echter toegestaan. Het is verplicht om een schriftelijke overeenkomst uit te voeren als de arbeidsrelatie een of meer jaren duurt. Behalve wanneer een overeenkomst niet is uitgevoerd, moet de werkgever uiterlijk twee maanden na aanvang van het dienstverband een schriftelijk document verstrekken met algemene en bijzondere

voorwaarden met betrekking tot arbeidsomstandigheden, dagelijkse of wekelijkse werktijden, loon en aanvullende salarissen, betalingsvoorwaarden, en bepalingen die zowel de werkgever als de werknemer dienen na te komen bij beëindiging van de overeenkomst. Anders kan aan de werkgever een geldboete worden opgelegd voor elke werknemer die zonder schriftelijke overeenkomst werkt. Als arbeidsovereenkomsten niet op schrift zijn gesteld, zijn ze nog steeds geldig; de werknemer kan echter te allen tijde van de werkgever een document verlangen dat is voorzien van zijn handtekening en waarop de algemene en eventuele bijzondere arbeidsvoorwaarden staan vermeld.

Definitie - Arbeidsovereenkomsten voor onbepaalde tijd

Volgens de Turkse wet kunnen arbeidsovereenkomsten worden gemaakt voor bepaalde of onbepaalde tijd. Een arbeidsovereenkomst tussen werkgever en werknemer wordt geacht voor bepaalde tijd te zijn aangegaan indien deze schriftelijk is aangegaan en aan een van de volgende voorwaarden is voldaan: (i) indien deze is aangegaan voor bepaalde tijd, (ii) indien termijn afhangt van een objectieve voorwaarde zoals voltooiing van een bepaalde taak, of (iii) als de duur ervan afhankelijk is van de voltooiing van een bepaald doel. Een arbeidsovereenkomst voor bepaalde tijd kan niet meer dan één keer worden verlengd, behalve wanneer er een wezenlijke reden is die verlenging rechtvaardigt. Voldoet een arbeidsovereenkomst niet aan bovenstaande voorwaarden, dan wordt deze aangemerkt als een arbeidsovereenkomst voor onbepaalde tijd. 4.2.2 Parttime - Fulltime arbeidsovereenkomsten daarin kan worden bepaald of een werknemer deeltijds of voltijds werkt. Indien de wekelijkse arbeidsduur van de werknemer aanzienlijk lager is dan die van een voltijdwerknemer, wordt de arbeidsovereenkomst aangemerkt als een deeltijdse arbeidsovereenkomst. Een deeltijd dienstverband kan voor onbepaalde tijd of voor bepaalde tijd zijn als aan de arbeidsvoorwaarden voor bepaalde tijd zoals genoemd in het bovenstaande lid is voldaan.

Voor meer informatie:

<https://www.invest.gov.tr/en/library/publications/lists/investpublications/legal-guide-to-investing-in-turkey.pdf>

5.6.10. Stap 10: Patenten en Merkrecht

Het [Turkse patent-instituut](#) biedt effectieve bescherming en wijdverbreid gebruik van industriële eigendomsrechten, zodat de Turkse industrie en technologie een leidende rol spelen in de wereldwijde concurrentie. Het streeft ernaar een toonaangevende instelling te zijn in de wereld van industrieel eigendom.

Missie

- * Om een effectieve bescherming te bieden van patenten, handelsmerken, industriële ontwerpen en andere industriële eigendomsrechten.
- * Bijdragen aan de ontwikkeling van de Turkse economie en technologie door creativiteit en innovatie aan te moedigen.
- * Om het bewustzijn en de kennis van industriële eigendomsrechten in het hele land te verspreiden en samen te werken met de gerelateerde sectoren.
- * Het bieden van een klantgerichte, tijdige en hoogwaardige service om een effectief industrieel eigendomsstelsel te vormen door de juridische, technische en menselijke infrastructuur te versterken.
- * Turkije vertegenwoordigen op internationale platforms en de samenwerking versterken voor de bescherming van de belangen en de ontwikkeling van de Turkse economie.

Normaal gesproken moeten nationale patentaanvragen in het Turks worden ingediend en moet een vertaling daarvan (Engels, Duits of Frans), afhankelijk van de zoekende autoriteit, worden verstrekt bij het aanvragen van de zoekopdracht. Een nationale patentaanvraag mag echter ook in het Engels, Duits of Frans worden ingediend, op voorwaarde dat een extra vergoeding wordt betaald voor het binnen een maand leveren van de vertaling in het Turks.

Vereisten voor een nationale patentaanvraag in Turkije

Aanvragers moeten de volgende items aanleveren om te voldoen aan de basisvereisten die de wet voorschrijft:

- Verzoek van indiening van het aanvragen van subsidie voor een nationale aanvraag,
- een beschrijving van de uitvinding,
- een of meer claims,
- eventuele tekeningen waarnaar wordt verwezen in de beschrijving of conclusies,
- een samenvatting,
- betaling van de officiële vergoedingen.

Onderzoeksfase

Officiële vergoeding: Officiële vergoeding van de bevoegde beoordelingsinstantie.

Als de aanvrager een beoordelingsinstantie selecteert die ook voor dezelfde aanvraag handelde als de onderzoekende instantie, gelden speciale kortingen. Beoordelings- en onderzoekende instanties hoeven echter niet noodzakelijk dezelfde te zijn.

Het Turkse Patentbureau past een “beoordelingscyclus” toe als het eerste beoordelingsrapport een negatief advies bevat. Aanvrager wordt vervolgens uitgenodigd om te reageren op het eerste beoordelingsverslag en moet opnieuw een vergoeding betalen (tweede cyclus). Bevat het tweede beoordelingsrapport nog een negatief oordeel over de patenteerbaarheid, dan wordt een derde kans, eigenlijk de laatste kans, gegeven om de bezwaren in het negatieve rapport weg te nemen waarbij aanvrager opnieuw een vergoeding moet betalen (derde cyclus). Als in het derde beoordelingsrapport geen enkele claim wordt toegelaten, wordt de aanvraag uiteindelijk afgewezen. Als in de onderzoekbeoordelingsrapporten wordt verwezen naar ten minste één claim als patenteerbaar, kan de aanvraag overgaan tot toekenning op basis van de toegestane claim (s).

Zodra de aanvraag door de TPI aanvaardbaar is bevonden, wordt de aanvrager verzocht de bovengenoemde subsidievergoeding te betalen om tot toekenning over te gaan en deze in het officiële bulletin te publiceren. Turkse patentaanvragen zijn onderhevig aan vernieuwingstaxen vanaf het tweede en elk daaropvolgend jaar, berekend vanaf de datum van indiening van de aanvraag. Een vernieuwingstax is verschuldigd op dezelfde dag van de maand van het jaar van de indiening van de nationale patentaanvraag. Doet de aanvrager dit niet, dan kan de verlenging alsnog binnen een extra termijn van zes maanden met toeslag worden betaald.

Het niet betalen van de verlengingskosten binnen de extra 6 maanden leidt tot verlies van rechten, wat alleen kan worden verholpen met een verzoek om herstel van rechten. TPI past strikt het criterium "alle zorgvuldigheid" toe, dusdanig dat de reden voor het falen werd veroorzaakt door onvoorziene redenen en de aanvrager er alles aan heeft gedaan om geen verlies van rechten te veroorzaken.

In beroep gaan

Normaal gesproken kunnen beslissingen van de TPI onder de aandacht worden gebracht van de raad van heronderzoek en evaluatie (Board of Re-examination and Evaluation) die optreedt als een soort bestuur van beroep. Beslissingen die betrekking hebben op inhoudelijke zaken zoals patenteerbaarheid, wijken in het algemeen echter niet af van de bevindingen uit de beoordelingsrapporten. Daarom beoordeelt deze Raad vooral procedurele zaken, zoals of er ooit een procedurele overtreding heeft plaatsgevonden in de verleningsprocedure. Tegen beslissingen van dit college kan beroep worden aangetekend bij de gespecialiseerde IE-rechtbanken in Ankara.

Opposities / opmerkingen van derden

Het huidige patentrecht staat geen opposities toe na verlening van de verleende patenten in Turkije. Evenals een procedure na de toekenning mogen derden alleen doorgaan met het indienen van een rechtszaak met het verzoek om nietigheid van het betrokken patent bij de bevoegde rechtbanken.

Waarnemingen van derden zijn echter alleen toegestaan op bepaalde punten van de toekenningsprocedure. Daarom hebben waarnemingen die op andere tijdstippen van de procedure zijn ingediend helemaal geen effect.

Het eerste punt is dat waarnemingen binnen zes maanden na publicatie van het beoordelingsverslag in het officiële bulletin kunnen worden ingediend. Dit zou geen wezenlijk effect hebben als de beoordelingen niet in twee talen worden ingediend (d.w.z. Turks en de taal van de bevoegde beoordelingsinstantie) simpelweg omdat de buitenlandse beoordelingsinstantie de aanmerkingen moet kunnen interpreteren. Aanmerkingen kunnen door de aanvrager in overweging worden genomen en kunnen worden beschouwd als een waarschuwing die de aanvrager ertoe aanzet om de reikwijdte van de claims te beperken of zelfs de aanvraag in te trekken, afhankelijk van de relevantie van de huidige geciteerde stand van de technologie.

De aanvrager heeft echter ook de kans om de aanmerkingen te negeren en een niet-onderzocht patent aan te vragen. Dit verzoek wordt gepubliceerd in het officiële bulletin en geeft derden de kans om de aanvraag te onderzoeken en samen met dit verzoek om hun aanmerkingen in twee talen in te dienen (d.w.z. Turks en de taal van de bevoegde beoordelingsinstantie). Zoals opgemerkt, wordt het beoordelingsverzoek gedaan door de derde partijen en daarom moeten de relevante vergoedingen door hen worden betaald. Houd er rekening mee dat er geen andere mogelijkheid is om aanmerkingen in te dienen in volgende fasen, zoals in de beoordelingsprocedure.

Hoofdstuk 6. Tips en Trucs

‘Het opzetten van een succesvol bedrijf gaat niet alleen over het doorvoeren van een idee tot het punt dat het een start-up wordt’

‘Als het gemakkelijk was, zou iedereen het doen’



Zoals de beroemde autofabrikant Henry Ford zei: "Of je nu denkt dat je het kunt of denkt dat je het niet kunt, je hebt gelijk." Geloof dat je kunt slagen, en je zult manieren vinden om door verschillende obstakels heen te komen. Als je dat niet doet, vind je alleen excuses. Ryan Allis, mede-oprichter van iContact, wees erop dat als je elke dag het einde in gedachten hebt, je er naar toe werkt. Stel doelen en herinner jezelf er elke dag aan.

Succesvol zijn betekent vaak leren van degenen die hun doelen al hebben bereikt. Het hebben van een mentor is een geweldige zegen voor een ondernemer, maar niet iedereen kan er een vinden. Als je jouw persoonlijke bedrijfscoach nog niet hebt gevonden, vindt je hier tips en trucs voor jonge ondernemers om je op weg te helpen. De YME-projectpartners hebben met veel jonge ondernemers met een migrantenachtergrond gewerkt en we hebben hen ook gevraagd om Tips & Trucs te produceren door middel van animatie. Dit product wordt gemaakt door jonge migrantenondernemers met jonge migrantenondernemers voor jonge migrantenondernemers

Via YouTube [Top 10 Tips and Tricks for Entrepreneurs](#) - De video legt in 1 minuut 10 tips en tricks uit! Zie ook hieronder in tekst.

6.1. Tien tips en trucs voor jonge ondernemers

6.1.1. Daag jezelf uit

Je moet jezelf elke dag uitdagen en nieuwe dingen leren. Leven in je comfortzone helpt je niet om innovatief te zijn. Richard Branson zegt dat zijn grootste motivatie is om zichzelf te blijven uitdagen. Hij behandelt het leven als een lange universitaire opleiding, waar hij elke dag meer kan leren. Jij kan dat ook!

6.1.2. Blijf trouw aan jezelf

Start geen bedrijf alleen omdat het veel winst oplevert. Om tevreden te zijn in het leven, moet je dingen doen waar je een passie voor hebt. Het lijkt geen twijfel dat het runnen van een bedrijf veel tijd kost. Steve Jobs merkte op dat de enige manier om tevreden te zijn in je leven, is door werk te doen waarin je echt gelooft. Van je hobby een bedrijf maken klinkt niet zo slecht, toch?

6.1.3. Neem risico's

Net als jezelf uitdagen, moet je ook weloverwogen risico's nemen. Om succesvol te zijn, moet je rekenen en risicovolle beslissingen nemen. We weten nooit de uitkomst van onze inspanningen, tenzij we het daadwerkelijk doen. Jeff Bezos zei dat het hielp te weten dat hij geen spijt zou krijgen van een mislukking, maar dat hij er wel spijt van zou hebben dat hij het niet had geprobeerd.

6.1.4. Heb een visie van wat je wilt

Heb een duidelijke visie van wat je wilt bereiken, zodat je het kunt volgen. Maar wees voorbereid op het maken van plotselinge veranderingen tijdens de reis, want de dingen gaan nooit precies zoals gepland. De oprichter en CEO van Tumblr, David Karp, merkt op dat een ondernemer iemand is met een visie voor iets en de wens om het te creëren. Houd je visie op elk moment helder.

6.1.5. Vind de juiste mensen

Je moet mensen vinden die je inspireren, mensen die een soortgelijke maar niet noodzakelijkerwijs dezelfde visie delen als jij. Dat houdt je gemotiveerd en helpt je ook bij je creatieve proces. Met wie je bent, is wie je wordt. Reid Hoffman, mede-oprichter van LinkedIn, merkte op dat de snelste manier om jezelf te veranderen, is door om te gaan met mensen die al zijn zoals je wilt zijn.

6.1.6. Onderneem actie

Je hebt misschien het beste idee, maar als je er geen werk in steekt, zal het nooit uitkomen. Een niet zo goed idee dat werkelijkheid is geworden, is beter dan een briljant idee dat gewoon in je hoofd blijft hangen. De wereld zit vol met geweldige ideeën, maar succes komt alleen door actie. Walt Disney zei ooit dat de gemakkelijkste manier om te beginnen, is om te stoppen met praten en te beginnen. Dat geldt ook voor jouw succes.

6.1.7. Wees volhardend

Het zal nooit soepel gaan, maar je moet gemotiveerd blijven en vooruitgaan. Als het de eerste keer niet lukt, leer dan van je fouten en probeer een andere aanpak. Niemand slaagt onmiddellijk en iedereen was ooit een beginner. Zoals Steve Jobs wijselijk opmerkte: "Als je goed kijkt, duurden de meeste successen van de ene op de andere dag lang." Wees niet bang om tijd in jouw bedrijf te investeren.

6.1.8. Doe onderzoek

Voordat je jouw eigen bedrijf start, moet je grondig onderzoek doen naar de markttak en vooral naar de juridische en ethische kwesties die je moet volgen. Tony Hsieh, de oprichter van Zappos, zei ooit: "Speel geen games die je niet begrijpt, zelfs niet als je ziet dat veel andere mensen er geld mee verdienen." Echt begrip van je branche is de sleutel tot succes.

6.1.9. Besteed je geld verstandig

Als startende onderneming zal de winst waarschijnlijk niet meteen komen. Je moet leren hoe je jouw financiën kunt beheren en waar je het geld aan uitgeeft. Onthoud dat het huren van een chique kantoor niet betekent dat je het beter gaat doen. Wees voorzichtig en besteed het verstandig. Het is gemakkelijk om te veel uit te geven aan dwaze dingen en te snel zonder kapitaal te komen.

6.1.10. Luister naar je klanten

Houd rekening met de feedback die je van klanten krijgt en verbeter jouw dienstverlening dienovereenkomstig. We leven in een snel veranderende wereld, dus veranderingen zijn noodzakelijk om op de hoogte te blijven van de markt. Dave Thomas, de oprichter van Wendy's, noemde het kennen van jouw klant een van zijn drie sleutels tot succes. Ken degenen die je bedient beter dan wie dan ook en je zult de oplossingen kunnen bieden die ze nodig hebben.

6.2. Succesvolle jonge ondernemers met een migratie achtergrond

Een studie uit 2016 van de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) wees uit dat immigranten veel meer ondernemend zijn dan mensen die in het VK zijn geboren en opgegroeid... drie keer zo veel zelfs. Bovendien meldt een nieuwe analyse van Zirra dat van de top 10 'unicorns' (eenhoorns) in het VK (met een waarde van \$ 1 miljard of meer), zoals Shazam en Funding Circle, er in negen van de tien bedrijven ten minste één immigrant of een kind van de eerste generatie immigranten tot het oprichtende team behoort.

Studies en analyses terzijde, de eigen verslaggeving van Startups.co.uk laat zien dat er een groot aantal ongelooflijk inspirerende immigranten is die naar het VK zijn verhuisd om bedrijven op te zetten en op te bouwen die economische groei hebben gestimuleerd en banen hebben gecreëerd.

In voorgaande jaren hebben we het succes gevolgd van zakenmagnaten zoals de loco-burgemeester van Londen Rajesh Agrawal, de Indiase immigrant die in 2005 £ 1,3 miljard deviezenbedrijf RationalFX oprichtte, samen met de in Australië geboren Alicia Navarro en haar internationale, miljoenen ponds gelieerde onderneming. marketingbureau Skimlinks.

Maar hoe zit het met de oprichters van start-ups?

Vorige maand hebben we London Junk-oprichter Harsha Rathnayake geprofileerd en zijn opwindende verhaal gedeeld over zijn komst naar het VK toen hij 18 was en geen Engels kon spreken. Hij zou vloeiend Engels leren - autodidact - en, met slechts £ 160 van zijn spaargeld, een bedrijf starten dat nu 10 mensen in dienst heeft en op schema ligt om een omzet van £ 1 miljoen te behalen.

Het aandeel ondernemers dat niet in Nederland geboren is, is vorig jaar met een procentpunt gestegen tot 16 procent. Dat is een op de zes. Bijna een kwart van de starters is niet in Nederland geboren. De meesten hebben een bedrijf in de horeca, logistiek en bouw. In de provincies Noord- en Zuid-Holland en Flevoland zijn veel startende migrantenondernemers gevestigd.

Uit cijfers van de Kamer van Koophandel over 2015 blijkt dat een op de vijf starters niet in Nederland is geboren. Opvallende stijgers: ondernemers uit Syrië en Irak. Immigrantondernemerschap doet geen kwaad in Nederland. Uit het rapport *The Economic Value of Ethnic Entrepreneurship* blijkt dat er meer dan 600.000 mensen werken in de bedrijven van deze vermeende ondernemers. De bruto toegevoegde waarde van deze bedrijven bedraagt ruim 37 miljard euro.

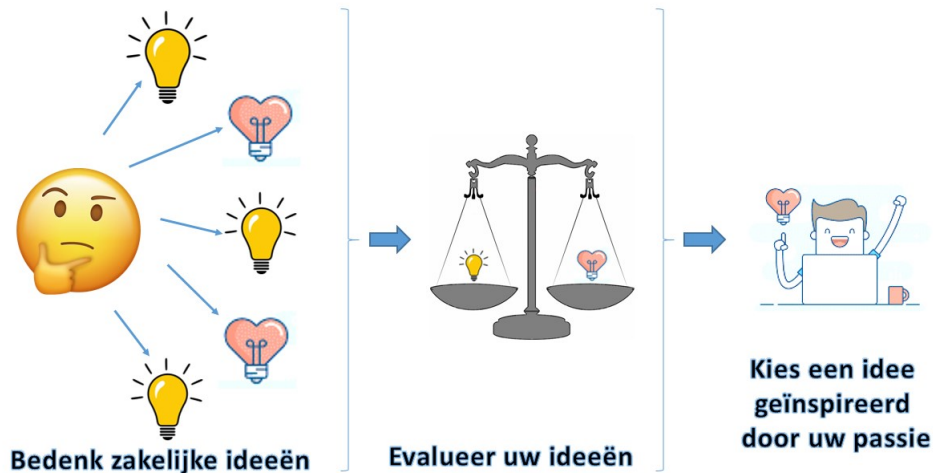
[Voorbeeld van een succesvolle jonge Nederlandse ondernemer](#): Bekijk deze iFly Magazine-video over Omar Munie die op negenjarige leeftijd met zijn broers uit Somalië naar Nederland vluchtte. Nu, 18 jaar later, is hij een van de meest populaire tassenontwerpers van Nederland en worden zijn handgemaakte producten over de hele wereld verkocht. Een van de nieuwste projecten van Omar betreft een samenwerking met KLM, waarbij een serie tassen in beperkte oplage wordt ontworpen, gemaakt van voormalige KLM-uniformen.

Een andere succesvolle ondernemer is Hien Kieu. De directeur van Kieu Engineering uit Sprang-Capelle vertelt hoe hij met het spaargeld van zijn ouders als veertienjarige jongen Vietnam verliet in een boot. Hoe hij als een van de weinige immigranten in een Brabantse dorp terechtkwam. Naar de Lts ging zonder zelfs maar een woord Nederlands te spreken. En hoe een leraar op die school in hem geloofde. 'Ik zal het nooit vergeten. Hij vroeg de klas: Weet je wie een ingenieur zal worden? Dat is hij. Die kleine Hien.' De leraar had gelijk. En na de lts, mts en hts begon 'die kleine Hien' in 1998 voor zichzelf met Kieu Engineering. Dit is inmiddels uitgegroeid tot een groot bedrijf met zeventig medewerkers in Nederland en Vietnam, gespecialiseerd in productontwikkeling voor machinebouw. Met opdrachtgevers als Nedtrain, Tata Steel en Philips. Toen hij meer dan tien jaar geleden zijn bijkantoor in Vietnam opende, was dat pionieren. "Dit was iets heel nieuws. We besteden de productie niet uit, maar het arbeidsintensieve CAD-tekenwerk. Niet alleen voor onszelf, maar ook voor onze klanten." Het was een sprong in het diepe, maar nu begint het zijn vruchten af te werpen, zegt Kieu. "De kennis blijft in Nederland. Zo krijgen onze klanten meer tijd voor innovatie, wat goed is voor bijvoorbeeld Nederland."

6.3. Tien tips en tricks, hoe word je een ondernemer?

6.3.1. Je bedrijfsidee moet worden gevoed door passie

Je passie voor je start-up zou bovenaan de lijst moeten staan. Je moet jouw idee evalueren en kijken of jouw interesse in dit bedrijf sterk genoeg is om eraan vast te houden. Waarom is dit belangrijk? Omdat er ups en downs zullen zijn en je passie de enige factor is die je de vastberadenheid zal geven om door te gaan.



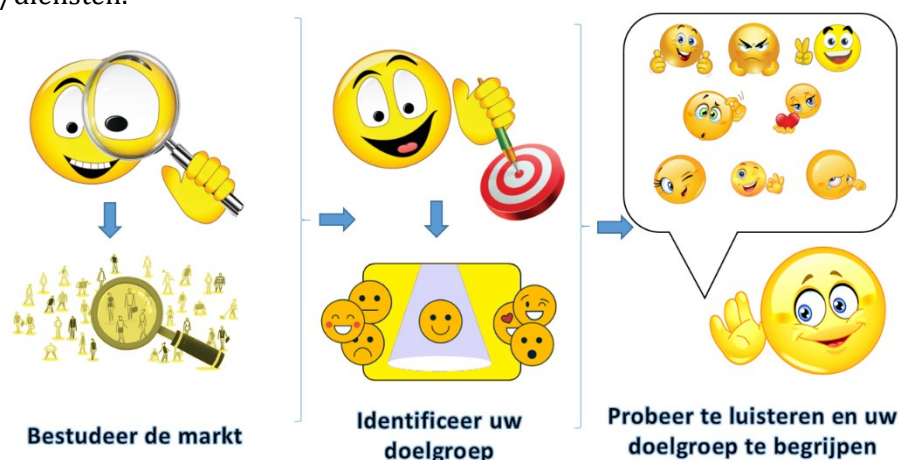
6.3.2. Je bedrijfsidee moet een oplossing zijn

Creëer een bedrijf dat een probleem oplost. Begin jouw idee niet met denken aan voordelen, je moet nadenken over wat jouw bedrijf zal oplossen. Het is gemakkelijker om klanten te werven wanneer jouw bedrijf een probleem oplost. Je bedrijf moet een gat in een bepaalde markt of niche opvullen. Denk na over wat je ongelukkig maakt of welk product of dienst je nog steeds denkt te missen om een bepaalde behoefte te vervullen en start een bedrijf dat een oplossing biedt voor een van jouw problemen/behoefte.



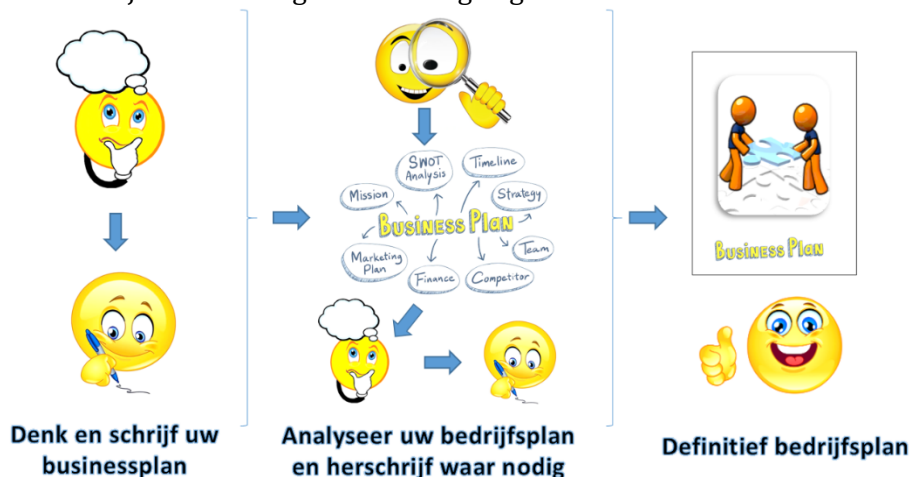
6.3.3. Je moet jouw doelmarkt identificeren en begrijpen

De essentiële factor bij het starten van een bedrijf, de sleutel tot succes, is iets hebben dat jou onderscheidt van je concurrentie, van wat er al op de markt aanwezig is. Jouw succes of mislukking wordt grotendeels bepaald door je vermogen om iets unieks aan te bieden. Uitgebreide marktonderzoeksstudies in samenwerking met een weloverwogen beleid om rekening te houden met feedback van klanten zijn essentieel bij het vormen van zakelijke beslissingen op basis van bruikbare inzichten. Een goed marktonderzoek kan aanzienlijke concurrentievoordelen opleveren. Een belangrijk onderdeel van marktonderzoek is het kennen van de demografische gegevens van je klanten, hun interesses, verdienvermogen, bestedingspatroon, enz. Feedback van klanten is ook erg belangrijk, je moet luisteren naar wat klanten te zeggen hebben over jouw producten/diensten, omdat ze jou essentiële informatie kunnen bieden voor je interne onderzoeks- en ontwikkelingsprocessen voor producten/diensten.



6.3.4. Je moet een goed gestructureerd bedrijfsplan opstellen

Jouw bedrijfsplan (zie ook [hoofdstuk 4](#)) moet beknopt en specifiek zijn en moet je bedrijfsproject nauwkeurig omschrijven. Het wordt aanbevolen om het zelf te schrijven, aangezien het jouw visie is. Als je hulp nodig hebt, probeer dan een consultant te bereiken. Je moet er rekening mee houden dat een bedrijfsplan meer is dan een boekhoudkundig document, dit document moet jouw idee verkopen aan een potentiële financiële instelling. Wees voorbereid om jouw plan te veranderen naarmate je vordert en meer te weten komt over jouw klanten en concurrentie, maar als je een degelijk plan hebt, zal het je helpen om gefocust te blijven en in de goede richting te gaan.



6.3.5. Je moet de wettelijke vereisten kennen voor het starten van een bedrijf

Het is erg belangrijk om de regels te begrijpen die komen kijken bij het openen van een bedrijf. Het naleven van overheidsvoorschriften is belangrijk omdat de boetes aanzienlijke operationele kosten voor je bedrijf kunnen veroorzaken (zie ook [hoofdstuk 5](#)). De wetten die commerciële activiteiten regelen, variëren van het opzetten van een boekhoudstelsel tot het oprichten of registreren van je bedrijf. Bepaalde belastingen kunnen variëren, afhankelijk van het soort bedrijf dat je voert, en als zodanig zullen je belastingverplichtingen hoogstwaarschijnlijk verschillen van de ene bedrijfsactiviteit tot de andere. Elk land reguleert de relaties tussen werkgever en werknemer in verschillende mate, meestal zijn de wetten bijzonder streng op dit gebied, met een zekere variabiliteit, meestal met betrekking tot strengere eisen, die bestaan in bepaalde gebieden van activiteiten zoals industriële productie of voedselverwerking. Rekening houdend met alle relevante aspecten, is het aanbevolen om deskundig advies in te winnen op dit gebied.



6.3.6. Je moet zorgen voor financiering van jouw bedrijfsidee

De meeste startups worden gefinancierd door het spaargeld van hun oprichters, maar ook door het spaargeld van familie en vrienden. In veel gevallen is het nodig om externe kapitaalinvesteringen te zoeken, zoals: particuliere investeerders, hulpfondsen, durfkapitaalfondsen of financieringsinstanties voor de sociale economie. Het is ten eerste aan te raden om voorafgaand onderzoek en documentatie uit te voeren voordat je probeert externe investeringen binnen te halen, inclusief maar niet beperkt tot risicokapitaal of kleine investeringsleningen.

Banken hebben met name uitgebreide gegevens en een uitgebreid bedrijfs- en ontwikkelingsplan nodig om uw financieringsaanvraag te kunnen beoordelen.



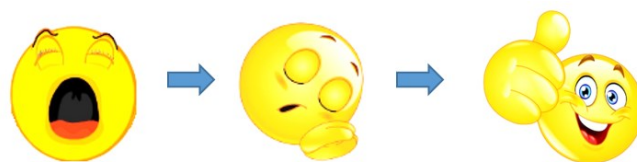
6.3.7. Je moet klein beginnen en er aan werken om jouw bedrijf te laten groeien

Zelfs als ondernemer worden wordt gedefinieerd door het nemen van risico's bij het starten van een bedrijf, is het raadzaam om te proberen dit bedrijf op kleine schaal te starten en te proberen jouw bedrijf stap voor stap op te bouwen en te laten groeien. Je moet voortbouwen op wat goed werkt, aanpassen wat veelbelovend is en mislukte projecten afwijzen. Wanneer jouw bedrijf op kleine schaal succesvol wordt, kun je het laten groeien, uitbreiden naar een andere stad of het hele land en niet stoppen met werken en elke stap die je zet plannen.



6.3.8. Je moet pauzes nemen

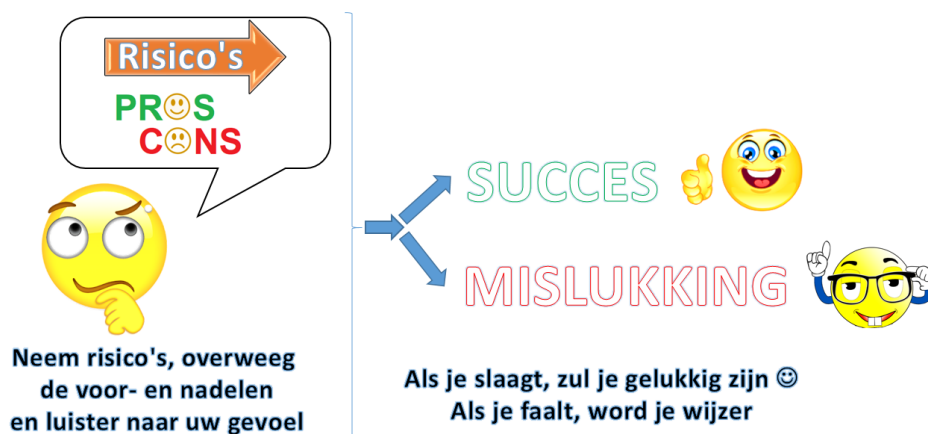
Het is erg belangrijk om te weten wanneer je moet stoppen met werken en moet gaan rusten. Iedereen heeft een goede hoeveelheid rust en een behoorlijke hoeveelheid tijd weg van het werk nodig om te resetten en op te frissen. Succes gebeurt niet van de ene op de andere dag, dus jij moet jouw tempo bepalen. Pauzes nemen is om vele redenen gunstig, behalve dat je niet opbrandt. Het stelt je in staat om op adem te komen en de informatie op te slaan. Het geeft je de tijd om vanaf een bepaalde afstand na te denken over wat er al is gedaan. Wacht niet tot je moe bent om een vrije dag te gebruiken of op vakantie te gaan. Plan pauzes van tevoren. Mensen die uitgeput zijn, nemen slechtere beslissingen, dus de kans is groter dat je het opgeeft als de moeilijkheden zich voordoen als je al overwerkt bent. Daarom moet je jouw batterijen van tijd tot tijd opladen.



**Als u zich moe voelt, rust dan om te resetten
en op te frissen**

6.3.9. Je moet risico's nemen

Risico's nemen is een onderdeel van het werk. Elke succesvolle ondernemer weet dat succes wordt geboren uit het nemen van risico's, gecalculeerde risico's en soms "onzorgvuldige" risico's. Zelfs je baan opzeggen en ondernemer worden, is een risico. Daarom moet je tijdens jouw zakelijke activiteit enkele risico's nemen, nieuwe benaderingen uitproberen en creatief zijn. Je moet er echter op letten dat de risico's die je neemt niet te groot zijn. Denk erover na, overweeg de voor- en nadelen en luister naar je gevoel. Voor degenen die slagen, compenseert de beloning meestal de genomen risico's. Erger nog, je zult falen en goed genoeg is mislukking beschreven als vermomd succes. Geef niet op!



6.3.10. Je moet van je fouten leren.

Je moet falen zien als een kans om te leren en te groeien in je bedrijf. De grootste mislukking of fout in het bedrijfsleven is dat je niet leert van je mislukkingen op het gebied van ondernemerschap. Hoe meer je faalt of ondernemers zoals jij bestudeert die faalden, hoe meer je leert over succes. Raap jezelf op en doe het helemaal opnieuw, maar probeer het beter te doen. Laat jouw fouten je niet raken. Soms is dit soort tegenslag misschien wel het beste dat je ooit is overkomen, en word je een nog succesvollere ondernemer.



6.4. Tips en Tricks voor bedrijfsplanning

Het schrijven van een bedrijfsplan kan ontmoedigend lijken als je het nog nooit eerder hebt gedaan. Het is echter iets dat je jezelf niet kunt veroorloven om uit te stellen of te negeren. Het hebben van een gedegen bedrijfsplan is cruciaal voor het voortbestaan en de ontwikkeling van jouw bedrijf (zie ook [hoofdstuk 4](#)).

6.4.1. Stem je bedrijfsplan af op je publiek

Het uitgangspunt voor elk bedrijfsplan is je doelgroep. Wie gaat het lezen? Wat is het doel van het plan - is het om financiering te verkrijgen? Misschien moet je een zakenpartner aantrekken. Hoewel de belangrijkste feiten en cijfers hetzelfde blijven, kun je verschillende versies van je plan afstemmen op de behoeften van specifieke doelgroepen. Een potentiële investeerder zal bijvoorbeeld op zoek zijn naar een duidelijke uitleg over hoe hij een goed rendement op zijn investering zal behalen. Een bankdirecteur zal bewijzen willen dat je het jezelf kunt veroorloven om een lening terug te betalen voordat hij financiering verstrekt.

6.4.2. Onderzoek je markt grondig

Zoals kijkers van de BBC's 'Dragons Den' serie zullen weten, leggen potentiële investeerders grote nadruk op marktkennis en daarom moet je onderzoek grondig zijn. Informatie over jouw markt moet gedetailleerd zijn in je bedrijfsplan en je moet jezelf goed bewust zijn van je kansen en bedreigingen, wat vereist dat je rekening houdt met je sterke en zwakke punten.

6.4.3. Identificeer je concurrenten

Om jouw markt te begrijpen, moet je alle concurrenten erkennen - wie ze zijn, hun sterke en zwakke punten en de waarschijnlijke gevolgen voor jouw bedrijf. Alle bedrijven hebben te maken met concurrentie - je plan moet aantonen dat je een duidelijke strategie hebt om met al jouw concurrenten om te gaan.

6.4.4. Besteed aandacht aan details

Je bedrijfsplan moet ter zake komen, en het moet voldoende details bevatten om ervoor te zorgen dat de lezer de informatie heeft die hij nodig heeft om jouw bedrijf te begrijpen. Je plan moet mensen laten geloven in jouw bekwaamheid en professionaliteit, wat betekent dat er geen spelfouten, fouten, onrealistische aannames of sprake van fantasie mag zijn.

6.4.5. Focus op de kans die jouw start-up investeerders biedt

Als je op zoek bent naar een investering, beschrijf dan duidelijk de mogelijkheid. Waarom zou iemand in jouw start-up investeren in plaats van in een ander? Wat is jouw unieke verkoopvoorstel - wat maakt jou speciaal? Waarom kopen mensen bij jou? Je plan moet al deze belangrijke vragen beantwoorden.

6.4.6. Laat belangrijke feiten niet weg

Kortom, je plan moet jouw producten/diensten, klanten, concurrenten, managementteam, activiteiten, financiën, ontwikkelingsdoelen en strategie beschrijven. Als je belangrijke feiten over het hoofd ziet, zal het je niet goed doen wanneer je jouw plan aan anderen presenteert.

6.4.7. Zorg voor een juiste financiële informatie

De financiële informatie van jouw bedrijfsplan zal bijzonder nauwkeurig worden onderzocht. De cashflow moet volledig worden gedocumenteerd en je verkoopvoorspellingen moeten goed onderbouwd zijn. Hoewel kosten gemakkelijker te voorspellen zijn dan verkopen, moeten beide worden meegerekend. Als cijfers echt niet jouw ding zijn, zoek dan hulp bij het opstellen van je ondernemingsplan, misschien van een accountant of een andere vertrouwde adviseur.

6.4.8. Maak je samenvatting van het bedrijfsplan overtuigend

Je samenvatting is ongetwijfeld het belangrijkste onderdeel van je bedrijfsplan. Meer ervaren lezers zullen het eerst lezen, zodat ze snel de belangrijkste feiten en cijfers kunnen achterhalen. Als je samenvatting hen niet betreft en hen aanmoedigt om verder te lezen, is de strijd verloren. Een samenvatting geeft hoofdcijfers en vat jouw strategie samen tot kernpunten. Hoewel het op de voorkant van het document staat, bewaar het schrijven van de samenvatting tot het laatst. Maak het in elk geval boeiend en indrukwekkend, maar houd het realistisch.

6.4.9. Ga op zoek naar een second opinion van een bedrijfscoach

Nadat je een concept van je plan hebt voltooid, laat je het onafhankelijk beoordelen. Kies iemand die onafhankelijke, opbouwende kritiek kan bieden - misschien een accountant of bedrijfsadviseur. De plaatselijke Kamer van Koophandel of Ondernemingsbureau kan jou wellicht helpen. Hun beoordeling kan vragen oproepen die je moet beantwoorden in een herziend concept.

6.4.10. Voer je bedrijfsplan correct uit

Een bedrijfsplan moet een hulpmiddel zijn dat je gebruikt om prestaties te beoordelen en om je strategie en de ontwikkeling van je bedrijf te sturen. Het moet specifieke doelen, deadlines en verantwoordelijkheden bevatten. Het moet regelmatig worden herzien en bijgewerkt. Een succesvol bedrijfsplan zorgt ervoor dat jouw bedrijf gefocust blijft op wat het moet doen om zijn belangrijkste doelen te bereiken.

6.5. Succes Factoren

Het is erg belangrijk om de juiste indicatoren te kiezen bij de evaluatie van de startup: bruikbare indicatoren en geen ijdelheid-indicatoren. Een supermarkt kan bijvoorbeeld een ijdelheid-indicator instellen - aantal klanten, maar een bruikbare indicator is het omzetvolume per dag. Het aantal klanten kan toenemen, maar ze kunnen aanzienlijk minder kopen.

6.6. Tien tips en Tricks om succesvol te zijn als ondernemer

Hier zijn onze 10 beste 'tips en tricks' om jou als succesvolle ondernemer te helpen. Blog source: <https://www.santam.co.za/blog/business-advice/10-tips-for-becoming-a-successful-entrepreneur/>

6.6.1. Maak een solide bedrijfsplanning

Planning speelt een cruciale rol bij elk zakelijk succes. Een bedrijfsplan (zie ook de vorige paragraaf en [hoofdstuk 4](#)) is een goed uitgangspunt om mee te beginnen - het definiëren van jouw vaardigheden en zwakke punten, wat je aanbiedt, hoe het uniek is en hoe je van plan bent jouw aanbod uit te breiden. Maar ook heel belangrijk, probeer jezelf mentaal en praktisch voor te bereiden op alles wat er mis kan gaan en hoe je daarmee om zou gaan. Wat gebeurt er bijvoorbeeld als je geblesseerd raakt? Wat als klanten je een maand te laat betalen? Wat als je door een natuurramp wordt getroffen? Of een vertrouwde leverancier gaat failliet?

6.6.2. Bereid je voor op financiële uitdagingen

Cashflow was verreweg hun grootste uitdaging bij het opstarten van een bedrijf (bron: [survey](#)). Omgaan met cashflow-klappen door te sparen voor een maand aan onkosten of door creatief te zijn met hoe je jouw overheadkosten verlaagt. Je kunt klanten een korting aanbieden als ze een aanbetaling of het volledige bedrag vooraf betalen, of zelfs een incentive - bijv. geef 10% korting als je jouw product of dienst een week eerder levert. Wat je ook doet, wees uiterst voorzichtig met schulden - dit is een van de grootste killers van het succes van kleine bedrijven.

6.6.3. Wees voorzichtig - onthoud dat je een bedrijf start

Weersta de verleiding om te schitteren met chique kantoren, dure apparatuur en overdreven marketing. Het levensonderhoud van jouw bedrijf hangt af van wat er in je portemonnee zit, dus elke rand en cent moet driemaal worden gecontroleerd. Houd de overhead laag en beheer je cashflow effectief. Voor een van onze 1001 dagen overlevenden, Jamie Pike, betekende dit dat hij aanvankelijk geen fysieke winkel had en zijn waren op een markt verkocht; voor ontwerp duo Jesse James betekende het dat ze hun pand moesten delen met andere kleine bedrijven.

6.6.4. Vraag om hulp!

Er zijn tal van bronnen beschikbaar voor netwerken, kennisuitwisseling en advies. Netwerken is niet alleen bedoeld voor nieuwe zakelijke kansen; het kan een geweldige bron van steun en frisse ideeën zijn. Woon evenementen van jouw branche- en regionale bedrijfsnetwerken bij. Vraag om advies van degenen om je heen (zoals je tussenpersoon, bankdirecteur, huisbaas of naburige bedrijven), of online forums en Facebook-community groepen in jouw omgeving.

6.6.5. Vertrouw op een betrouwbare adviseur

Het kan een familielid, voormalige baas of collega zijn of zelfs een vertrouwde online bron of blog. Een mentor is een klankbord van onschatbare waarde - iemand die is geweest waar jij bent; iemand met wie je regelmatig, niet-oordelende discussies kunt hebben. 61,9% van de respondenten in onze enquête had geen mentor, maar degenen die dat wel deden, zeiden dat ze vonden dat mentoren een aanzienlijk positieve impact hadden op hun bedrijf.

"Mijn mentor duwde me voorbij mijn grootste angsten", zei een vrouwelijke ondernemer die aan ons onderzoek deelnam. "Het is niet iemand die het overneemt", beaamt Mariam Jakoet Harris van Cooked Inc. "Het is iemand die je gaat koesteren en helpen."

6.6.6. Marketing met een klein budget

Marketing voor je nieuwe bedrijf is buitengewoon belangrijk, maar hoeft niet te veel te kosten. Sociale media is jouw vriend - het aanmaken van je zakelijke pagina op Facebook of LinkedIn is gratis en zal je online zoekresultaten verbeteren. Het indienen van je website-URL bij zoekmachines zoals Google en Bing is dus helemaal gratis.

Houd ook de Facebook-groepen van de gemeenschap in de gaten - voor sommige is een kleine advertentievergoeding vereist, terwijl je voor andere op bepaalde dagen van de week kunt adverteren voor je bedrijf. Waar het bij marketing om draait, is om van alles en nog wat te proberen. Je weet pas wat voor jou werkt als je het probeert.

6.6.7. Zelfmanagement nummer één

Ondernemerschap is een levensstijl - de dagen van 9-tot-5 zijn voorbij. Dat wil niet zeggen dat je jezelf in de grond moet werken. Sport regelmatig, eet gezond en vind de tijd om te ontspannen, anders wordt je minder productief. Van de ondernemende respondenten zei 64% dat ze kostbare tijd met familie en vrienden moesten opgeven vanwege werkverantwoordelijkheden (bron: [Santam](#)). Door aan je tijdmanagementvaardigheden te werken, kun je voldoende tijd vrijmaken om met dierbaren door te brengen.

6.6.8. Bouw een team dat je visie deelt

Het is simpel: geweldige mensen vormen een geweldig bedrijf. Naarmate je bedrijf groeit, moet je mogelijk personeel in dienst nemen. Neem ten eerste de tijd om mensen grondig te interviewen om er zeker van te zijn dat ze passen bij jouw cultuur en jouw waarden delen. Ten tweede kan het moeilijk zijn om los te laten, maar het is belangrijk om te leren hoe je taken kunt delegeren. Verwacht ten slotte niet dat mensen jouw klonen zijn, sta open voor nieuwe meningen en suggesties. Het is altijd goed om nieuwe perspectieven te krijgen op oude manieren van werken.

6.6.9. Levenslang Leren

Het starten van een eigen bedrijf is een constant proces van groei en leren. Het is belangrijk om jezelf te verrijken met zowel praktische als emotionele vaardigheden. Bekijk gratis of goedkope e-learningbronnen zoals de Hubspot Academy, Udemy en Inc.edu.

Verbeter jouw project- of tijdmanagementvaardigheden, leer een nieuw softwareprogramma of leer jezelf hoe je jouw eigen sociale media campagnes voert. Je kunt ook werken aan je management-, presentatie- en motivatievaardigheden. Als je veel reist, zijn podcasts en dingen als TED-talks geweldige manieren om jezelf te inspireren en te onderwijzen.

6.6.10. Bescherm je onderneming

De beste ondernemers zoeken geen risico, ze proberen risico's te beperken. Verzekering voor kleine bedrijven is een van de beste manieren om voor je levensonderhoud te zorgen, en het is goedkoper dan je denkt. Zorg ervoor dat jouw kostbare voorraad en gebouwen gedekt zijn in geval van nood, zoals brand of diefstal.

Hoofdstuk 7. F.A.I.L. (FIRST ATTEMPT IN LEARNING) (EERSTE POGING OM TE LEREN)

Je moet mislukking zien als een kans om te leren en te groeien in jouw bedrijf: F.A.I.L. : First Attempt in Learning.

De grootste mislukking of fout in het bedrijfsleven is het niet leren van je mislukkingen op het gebied van ondernemerschap. De beste ondernemers worden niet bepaald door mislukkingen, maar door hoe ze ermee omgaan. Het navigeren door moeilijke situaties, zowel extern als intern, is cruciaal om een succesvolle ondernemer te zijn.

7.1. Top 10 van Falen (F.A.I.L)

7.1.1. *Het niet stellen van een doel*

Houd altijd een doel voor ogen, spring niet in de zakenwereld zonder een duidelijk doel voor ogen. Het mislukken van de voorbereiding is meestal te wijten aan organisatorische tekortkomingen die worden veroorzaakt door onzorgvuldigheid van de ondernemer.

7.1.2. *Uiteindelijk is enthousiasme niet genoeg om te slagen*

Het is belangrijk om enthousiast te zijn over jouw ideeën en prestaties; je hebt echter meer nodig, zoals middelen, duidelijke doelen en ideeën, enz. Een mislukking kan ook te wijten zijn aan het onvermogen om investeerders ervan te overtuigen dat het idee goed is. Ook kan dit bepaald worden door het gebrek aan materiaal of persoonlijke middelen in het gebied.

7.1.3. *Onvermogen om te leren*

Om te slagen, moet je nieuwe dingen kunnen leren en doorzettingsvermogen hebben. Zonder dat is het misschien bijna onmogelijk om een stabiel bedrijf op te zetten. Sommige ondernemers wagen zich op terreinen die buiten hun expertise liggen en geloven dat alleen hun intelligentie deze aanzienlijke kloof kan compenseren. Ze moeten advies inwinnen (vriendschappelijk of contractueel) van gespecialiseerde experts.

7.1.4. *Weinig geld /slecht budgetbeheer*

Geef geen geld uit zonder een doel, bedenk altijd hoe geld kan worden beheerd en uitgegeven om uw bedrijf te verbeteren. Het mislukken bij het opstarten is te wijten aan het onvermogen om investeerders ervan te overtuigen dat het idee waardig is. Dit soort mislukking kan ook worden bepaald door het gebrek aan materiaal of persoonlijke middelen in het gebied.

7.1.5. *Falen in adverteren /het merk van het product (branding)*

Onderschat nooit de kracht van reclame en marketing. Met de juiste strategie daarvoor kom je best ver met je bedrijf en je eigen imago. Het mislukken van branding kan het gevolg zijn van het onvermogen om het juiste marktsegment te identificeren; de behoeften, verwachtingen en cultuur van het marktsegment begrijpen; om de juiste kanalen te gebruiken om dit segment aan te pakken; om het juiste merk te cultiveren; om het merk wettelijk te beschermen, enz. Tegenwoordig zijn de klanten geavanceerder dan decennia geleden. De producten die alleen goede functionele eigenschappen

hebben, zijn op zichzelf niet succesvol. Ze moeten ook goede ergonomische kenmerken hebben en worden ondersteund door een betekenisvolle merk.

7.1.6. De concurrentie onderschatten

Het onderschatten van de concurrentie kan fataal zijn voor uw bedrijf en voor jezelf. Houd altijd rekening met wat de concurrentie doet om zichzelf te verbeteren en probeer ze te verslaan. Ondernemers moeten voorzichtig zijn met de concurrentie, omdat de concurrentie al een groot deel van de markt heeft veroverd, een diepgaand begrip hebben van de klanten en in de meeste gevallen een grote hoeveelheid geld hebben, die de ondernemer niet heeft, voor 'de strijd'.

7.1.7. Om de verkeerde redenen beginnen

Het starten van een bedrijf zou voor je zinvol moeten zijn. Je mag nooit iets beginnen omdat je het gevoel heeft dat je daartoe gedwongen wordt of omdat dit van je wordt verwacht. De typische ondernemer onderscheidt zich van andere mensen door visie en betrokkenheid bij zijn / haar idee.

7.1.8. Slecht Management

Denk bij het management aan beide partijen. Je kunt geen dictator zijn en je kunt niet toestaan dat mensen voor je beslissen. Je moet een leider zijn om het moreel van de mensen hoog te houden en om het bedrijf dienovereenkomstig te laten groeien. Nalatige ondernemers vertrouwen alleen op hun 'gevoel' en geloven dat ze de markt begrijpen, terwijl ze dat eigenlijk niet doen. Klassieke voorbeelden: Sinclair C5 en Webvan.

7.1.9. Geen bedrijfsplan / slechte planning

Zonder een solide bedrijfsplan zal deze taak bijna onmogelijk of in ieder geval veel moeilijker zijn. Bereid je altijd van tevoren voor en denk er goed over na om mislukking te voorkomen.

7.1.10. Jezelf omringen met de verkeerde mensen

Omring jezelf niet met ongemotiveerde, onbetrouwbare en luie mensen. Zorg ervoor dat de mensen die je inhuurt en waarmee je je omringt, dezelfde of vergelijkbare energie en ideologieën delen als jij.

Bron: <https://controversycast.wixsite.com/entrepreneurjourney/top-10-fails>

Er zijn verschillende soorten fouten die kunnen optreden tijdens jouw stappenplan van droom naar bedrijf, waarvan enkele hieronder worden opgesomd.

7.2. Meer Falen (F.A.I.L)

7.2.1. Falen in de voorbereiding

Het mislukken van de voorbereiding is meestal te wijten aan organisatorische tekortkomingen die worden veroorzaakt door onzorgvuldigheid van de ondernemer.

7.2.2. Falen bij het opstarten

Dit kan het gevolg zijn van het onvermogen om investeerders ervan te overtuigen dat het idee goed is. Dit soort mislukking kan ook worden bepaald door het gebrek aan materiaal of persoonlijke middelen in het gebied.

7.2.3. Falen bij branding (merk cultiveren).

Het kan het gevolg zijn van het onvermogen om het juiste marktsegment te identificeren; de behoeften, verwachtingen en cultuur van het marktsegment begrijpen; om de juiste kanalen te gebruiken om dit segment aan te spreken; om het juiste merk te cultiveren; om het merk wettelijk te beschermen, enz.

7.2.4. Falen veroorzaakt door een gebrek aan specifieke kennis van zaken

Sommige ondernemers wagen zich op terreinen die buiten hun expertise liggen en geloven dat alleen hun intelligentie deze aanzienlijke kloof kan compenseren. Ze moeten advies inwinnen (vriendschappelijk of contractueel) van gespecialiseerde experts. Het verdient de voorkeur om een bedrijf te starten waar jouw expertise ligt en waar je gepassioneerd over bent.

7.2.5. Falen veroorzaakt door de overschatting van de marktbehoefte

Nalatige ondernemers vertrouwen alleen op hun 'gevoel' en geloven dat ze de markt begrijpen, terwijl dat eigenlijk niet het geval is. Klassieke voorbeelden:

[Sinclair C5](#) en

[Webvan](#)

7.2.6. Falen veroorzaakt door de onderschatting van de concurrenten

Ondernemers moeten voorzichtig zijn met betrekking tot concurrentie, omdat concurrentie al een groot deel van de markt heeft veroverd, een diepgaand begrip heeft van de klanten en in de meeste gevallen een grote hoeveelheid geld heeft voor de 'strijd' die de ondernemer niet heeft.

7.2.7. Falen veroorzaakt door slechte kennis van de doelgroep, resulterend in slechte marketing

Tegenwoordig zijn de klanten geavanceerder dan tientallen jaren geleden. De producten die alleen goede functionele eigenschappen hebben, zijn op zichzelf niet succesvol. Ze moeten ook hoge goede ergonomische kenmerken hebben en worden ondersteund door betekenisvolle merken.

7.2.8. Falen veroorzaakt door een gebrek aan passie en toewijding in het oprichtende team

De typische ondernemer onderscheidt zich van andere mensen door visie en betrokkenheid bij zijn/haar idee. De passie voor zijn/haar bedrijf en de communicatie binnen het team dat het bedrijf ontwikkelt, zijn twee zeer belangrijke factoren voor een succesvol bedrijf.

Hoofdstuk 8. Leren Netwerken

8.1. Wat is de beste manier om te netwerken?

Als je leert netwerken, verbetert het niet alleen je carrière, maar ook je persoonlijke leven. De beste netwerkers hebben niet alleen geweldige bedrijven en carrières, ze hebben ook geweldige vriendschappen en staan altijd vooraan in de rij voor nieuwe kansen.

De beste manier om te netwerken is door gebruik te maken van jouw natuurlijke sterke punten. Maak niet de fout om jezelf te dwingen om te netwerken. Doe niet alsof je extravert bent om nieuwe contacten te leggen.

8.2. Tien Netwerk ‘Tips en Tricks’

8.2.1. *Laat een goede indruk achter*

Begroet iedereen vriendelijk, wees positief als je aankomt en groet mensen als je weggaat, zeg iedereen gedag. Wees aanwezig in het gesprek, dagdroom niet en kijk niet op je mobiele telefoon. weet dat je altijd wordt geobserveerd.

8.2.2. *Blink uit! Maar voor de juiste dingen*

Wees moedig, de meeste mensen willen doen wat je denkt, ze zoeken alleen de moed.

8.2.3. *Doe je huiswerk*

Als je naar een conferentie of vergadering gaat, onderzoek dan van tevoren informatie over het onderwerp. Het geeft je zelfvertrouwen, geeft je een ander perspectief en je hebt iets interessants te vertellen.

8.2.4. *Start de conversatie*

De meeste mensen staren liever naar hun drankje of kijken op hun telefoon dan dat ze praten. Neem het initiatief en spring erin.

8.2.5. *Onthoud enkele gespreksopeners die niet te intens zijn!*

"Ik vond die toespraak fascinerend!", "Kom je van hier of heb je ver moeten reizen?", "Wat een prachtig gebouw/stad!", "Deze snacks zijn uitstekend!", "Waar ken je de spreker van?", "Hoe was de test voor jou?"

8.2.6. *Maak bij het beschrijven van je werk een leuke of andere uitleg dan wat je doet - en wees trots*

Als je levensverzekeringen verkoopt, zeg je: "Ik koop beleggingen voor mijn klanten", ben je een accountant "Ik zorg ervoor dat er wat geld is voor het kerstfeest!", een schoonmaakster "als ik klaar ben met werken, staan mensen in de rij bij het toilet met hun kranten", een barman "een goede koffie kan je dag maken of breken, en dat is wat ik doe!"

8.2.7. Sluit jezelf niet op in het kantoor

Ontmoet mensen, verlaat het kantoor/huis. Word lid van een aantal clubs, zorg dat je hobby's hebt. Mensen houden van een praatje, dus vertel ze wat je doet.

8.2.8. Zet een foto op je visitekaartje

Het werkt! Mensen zullen je gemakkelijker onthouden

8.2.9. Wees niet te direct

Bouw eerst de relatie op en leg daarna je werk uit.

8.2.10. Probeer te bedenken waar de andere persoon in geïnteresseerd is.

Wat is er echt gaaf of interessant aan het werken met jou of je bedrijf?

8.3. Tien 'Tips en Tricks' om te Netwerken

8.3.1. Neem de leiding

Voordat je naar een evenement of conferentie gaat, moet je uitzoeken wie daar aanwezig zal zijn en onderzoek doen. Dit neemt de angst weg van het gevoel dat je de kamer binnenkomt en je hebt geen idee waar je met mensen over moet praten, in plaats daarvan ga je goed voorbereid op gesprek en weet je precies welke gesprekspunten je naar voren moet brengen en soms weet je welke gespreksonderwerpen je NIET naar voren moet brengen, zodat je ongemakkelijke gesprekken kunt vermijden. Wat echte relaties met mensen creëert, zijn die gemeenschappelijke interesses en dingen waar je niet eens per se aan zou denken om over te praten. Doe onderzoek!

8.3.2. Gebruik Sociale Media

Gebruik Sociale Media om jouw toekomstige contacten beter te leren kennen. Wanneer je ze persoonlijk ontmoet, zal het gemakkelijker voor je zijn omdat je dan kunt verwijzen naar dingen met gemeenschappelijke interesses of eerdere communicatie.

8.3.3. Kleed je professioneel

Draag gepaste kleding voor een evenement. Dit betekent niet dat je dure kleding moet dragen, maar draag wel een beetje chic en laat de comfortabele kleding thuis.

8.3.4. Luister naar anderen

Luister meer dan je praat! Wees aanwezig bij het gesprek, met de verbinding met de mensen met wie je praat, zodat je waardevolle inzichten kunt bieden die het gesprek gaande houden. Door naar iemand te luisteren, kun je kansen vinden om met iemand in contact te komen, wat misschien waarde biedt aan hun leven of hun bedrijf.

8.3.5. Maak oogcontact

Het wordt vaak over het hoofd gezien en of dat nu komt door een gebrek aan vertrouwen of door persoonlijke redenen. Het kan degene zijn dat met wie je praat, dan geen belangstelling heeft om met

jou te praten. Het kan lijken alsof je niet geïnteresseerd bent in het gesprek dat je voert met de persoon voor je of de groep waar je mee praat. Hierdoor kunnen mensen ook denken dat ze je niet kunnen vertrouwen. Als je geen oogcontact maakt en houdt, kunnen de mensen met wie je in contact bent, denken dat je iets verbergt, of je niet gemotiveerd bent om met hen te praten.

8.3.6. Kom met een doel!

Als je naar een evenement gaat, ga dan voor een doel, mensen verbinden, iets leren, hobby's ontdekken, etc. Alles wat je kunt onthouden van dat evenement of die bijeenkomst.

Ga naar elk evenement, vergadering, workshop etc. die voor jou belangrijk zijn! Als je een doel stelt voor alles wat je doet, zul je dingen over jezelf ontdekken.

Als je verbinding maakt met mensen op een evenement, kun je in de toekomst verschillende oplossingen/kansen voor jezelf ontwikkelen. Zaken doen, leren, ideeën, alles wat positief voor jou kan zijn, om jouw succes te ontwikkelen.

8.3.7. Neem de eerste stap!

Veel mensen zijn VERLEGEN, misschien ben jij ook een van hen, wie weet?

Mensen die zien dat je in hen geïnteresseerd bent, zullen meewerken aan jouw ideeën. Wees dus nooit te verlegen om nieuwe mensen te ontmoeten. Nieuwe mensen = nieuwe kansen.

8.3.8. WEES NIET NEGATIEF!

Negatief zijn zal je altijd een slecht humeur bezorgen! Probeer de beste aspecten in jouw gedrag te vinden, in je innerlijke zelf. Als je negativiteit verspreidt, kunnen mensen die dicht bij je staan je energie voelen. Mensen zullen proberen je te ontwijken, niemand houdt van negatieve mensen. Dat heb je niet nodig, je hebt fijne mensen om je heen nodig, je hebt verbindingen nodig, zoals altijd, mensen = kansen.

Positief denken betekent niet dat je je hoofd in het zand houdt en de minder prettige situaties van het leven negeert. Positief denken betekent gewoon dat je onaangenaamheden op een positievere en productievere manier benadert. Je denkt dat het beste gaat gebeuren, niet het ergste.

8.3.9. Praat met mensen die je niet kent

Praat tijdens het evenement met mensen die je eerder hebt ontmoet om je relatie te versterken, maar ga ook in gesprek met mensen die je niet kent om je netwerk te verbreden en potentiële klanten/zakenpartners te ontmoeten.

8.3.10. Accepteer/Incasseer een afwijzing

Je kunt personen tegenkomen die niet met je kunnen of willen praten. Personen die te onbeleefd of te druk zijn om een gesprek te voeren. Je kunt praten met personen die jou niet mogen of jij mag hen niet. Misschien ben je het oneens over een onderwerp dat voor jou belangrijk is. Vat het niet persoonlijk op, het zegt niets over jou. Je zult geen vriend of zakenpartner zijn met elke persoon die je ontmoet, dit maakt deel uit van het proces.

Resource: [11 Tips to Help You Network Better!](#), Bron Kangan Institute

8.4. Meer Tips en Tricks over Netwerken

8.4.1. *Ontmoet mensen via andere mensen*

De beste en gemakkelijkste manier om mensen te ontmoeten, is door middel van referenties. Omring je met de mensen die je al kent en de mensen kennen die je wilt ontmoeten. Als je door hen wordt geïntroduceerd of deelneemt aan hun gesprekken, zul je zeer waarschijnlijk een warm welkom en introductie krijgen van de persoon met wie je een introductie wilde. Dit is een soortgelijk effect als LinkedIn via hun online introductie-tool, of zelfs door lid te worden van de juiste kring op een evenement met iemand die je kent.

8.4.2. *Maak gebruik van Sociale Media*

Sociale Media is een effectieve manier om belangrijke contacten beter te leren kennen en zonder de druk van een persoonlijke ontmoeting waarop je misschien niet bent voorbereid. Zoek gelijkgestemde of belangrijke contacten die jij beter zou willen leren kennen binnen jouw [LinkedIn-profiel](#), Instagram, Twitter, Facebook en meer. Reageer op een link die ze plaatsen of reageer op een opmerking die ze plaatsen, begin een gesprek met ze en bied ze in ruil daarvoor waarde aan. Als je de gelegenheid hebt om ze persoonlijk te ontmoeten, is het gemakkelijker om te verwijzen naar eerdere communicatie met hen. Zorg ervoor dat jouw online profiel altijd up-to-date is. Recruiters gebruiken vaak sociale mediaplatforms om potentiële kandidaten te onderzoeken en zelfs om jouw vaardigheden en ervaring te bekijken.

8.4.3. *Vraag niet om werk*

Netwerken is niet iedereen die je kent om werk vragen, sterker nog, als je netwerkt, zou je nooit iemand om werk moeten vragen. Je moet mensen om informatie vragen die jou kunnen helpen bij het zoeken naar werk. Je belangrijkste netwerkdoel zou moeten zijn om een relatie op te bouwen en een goede verstandhouding op te bouwen, dus als er zich in de toekomst een potentiële kans voordoet, is je contactpersoon misschien bereid je door te verwijzen.

8.4.4. *Gebruik je CV als een hulpmiddel voor advies*

Een andere gemakkelijke maar zeer effectieve manier om te netwerken tijdens het zoeken naar werk, is door anderen te vragen met wie je een relatie hebt opgebouwd om [\(review your resume\) jouw CV te bekijken](#) en je feedback te geven over hoe je deze kunt verbeteren. Het gebruik van deze techniek is om een aantal redenen waardevol. Bij het bekijken van je cv zullen ze je werkgeschiedenis, je eerdere titels, je doelstellingen en veel dingen ontdekken die ze misschien nog niet over je weten. Ze herinneren zich misschien een bedrijf of een connectie waar jouw achtergrond perfect bij past.

8.4.5. *Neem niet te veel tijd in beslag*

Voordat je begint met netwerken, moet je een agenda hebben en de presentatie op schema houden. Tijd is geld en mensen zijn nooit blij met iemand die teveel van hun tijd in beslag neemt. Door jouw presentatie van tevoren te plannen, bevestig je jouw professionaliteit, win je aan geloofwaardigheid en je behandelt alle cruciale onderwerpen die je wilde behandelen.

8.4.6. Laat de ander spreken

Zorg ervoor dat je tijdens het netwerken niet alleen maar praat. De sleutel om een goede gesprekspartner te zijn, is een goede luisteraar zijn. Als je een andere persoon om advies of zijn mening hebt gevraagd, zorg er dan voor dat zij de gelegenheid hebben om dit aan te bieden en te vertellen. Of misschien verzoeken ze jou om waarde toe te voegen aan hun werk. Als je het gesprek alleen voert, kan de persoon het gevoel hebben dat je niet geïnteresseerd bent in wat ze te zeggen hebben en niet zeker weten wat jij moet doen met de door jou verstrekte informatie. Stel enkele van de volgende vragen:

- Hoe lang werk je al bij dit bedrijf? Of hoe lang zit je al op dit gebied?
- Wat vind je leuk of niet leuk aan je werk?
- Wat voor opleiding heb je nodig voor deze functie?
- Wat is de cultuur van dit bedrijf?

8.4.7. Presenteer een succesverhaal

Als je eenmaal een onderwerp hebt gevonden waar de andere persoon mogelijk in geïnteresseerd is en je advies kunt geven, presenteer dan een oplossing door een verhaal te vertellen over hoe je een ander in een vergelijkbare situatie hebt geholpen. Vertel hen over jouw probleem en hoe je het hebt opgelost, maar houd het kort en krachtig. Begin met hen over het probleem te vertellen en vervolgens over je oplossing. Voeg veel informatie toe over hoe rampzalig de dingen waren voordat het tot een goed einde kwam, waar alles ten goede kwam.

8.4.8. Vraag om suggesties over hoe je jouw Netwerk kunt uitbreiden

Een van de belangrijkste doelen van netwerken is niet alleen om een of twee mensen te ontmoeten, maar ook om toegang te krijgen tot het netwerk van de mensen die je ontmoet. Elke afzonderlijke persoon die je ontmoet, kent ongeveer 200 andere mensen en als je kennis maakt met een aantal van deze contacten, vergroot je snel jouw netwerk en vergroot je jouw kansen om een uiterst waardevolle verbinding te vinden. Vraag je contacten of ze een professionele organisatie kunnen aanbevelen of de namen van enkele mensen met wie je zou moeten praten.

8.4.9. Zoek een reden voor opvolging

Als je een band met iemand anders wilt opbouwen, bedenk dan een reden om de relatie gaande te houden. Als je een artikel leest dat je tijdens een netwerkbijeenkomst hebt gehad, bewaar het dan en stuur het naar hen met een korte notitie over wat je interessant vond en hoe je denkt dat het hen ten goede zou kunnen komen. Probeer ten minste twee van de drie mogelijkheden per jaar te vinden om opnieuw contact te maken met de leden van jouw netwerk.

8.4.10. Vergeet nooit om te bedanken

Het opbouwen van een netwerk gaat over het creëren van een oprechte, zorgzame relatie. Bedank je verbinding voor de informatie die ze hebben gegeven en kijk of je ze op wat voor manier dan ook kunt helpen. Deel alle kennis waarvan je denkt dat deze nuttig voor hen is. Houd notities bij van wat je over jouw contacten weet, zodat jouw toekomstige correspondentie een persoonlijk tintje krijgt.

Hoofdstuk 9. Marketing en Communication

Als je een idee hebt voor een bedrijf, project of investering, is het van cruciaal belang om jouw doelstellingen vast te stellen en jouw acties om deze te bereiken: communicatie en bewustmaking van je producten is essentieel. Marketing voor het opzetten van een bedrijf is een van de fundamentele hulpmiddelen om je product te communiceren. Marketing helpt om het product te schalen, grip te brengen en meer te verkopen...

9.1. Wat Is Marketing?



Wat Is Marketing?

9.2: Tien Tips om met jou te delen

9.2.1. Ken je klant!

Het heeft geen zin om strategieën, acties te bedenken, AdWords-campagnes, Facebook ADS of Twitter in te huren als je niet weet wie jouw klant is en wie jouw product gaat gebruiken. Hoewel dit eenvoudig lijkt, is het heel gebruikelijk om een bedrijf op te zetten, dat terwijl het bedrijfsmodel wordt gevalideerd, de klant verandert. Weet wie hij/zij is, hoe hij/zij is, welke interesses hij/zij heeft, zijn/haar dagelijkse bezigheden, wat hem/haar frustriert, wat hij/zij wil, de media en de blog die/zij leest. Al deze informatie zal het veel gemakkelijker maken bij het opstellen van een marketing- en communicatiestrategie

9.2.2. Vraag jezelf af waarvoor je een strategie bedenkt

Allereerst, voordat je een strategie bedenkt, moet je jezelf afvragen, waarvoor? Wat willen we ermee bereiken? Door het duidelijk te hebben en op wie het gericht is, kun je een concreet plan maken met concrete acties.

9.2.3. Bestudeer je concurrentie en kopieer

Onderzoek hoe jouw concurrentie presteert in marketing en communicatie; wat werkt en wat niet werkt. Ook in wat goed is, wat je beter zou kunnen doen dan zij en in wat je verschilt. Onthoud: kopiëren is niet slecht. Soms hoeft je niet te innoveren. Als je ziet dat je concurrentie iets doet dat werkt, kopieer het dan, maak het op maat en meet of het goede resultaten voor je oplevert.

9.2.4. Stel een specifiek doel

Bij het opzetten van een bedrijf is een van de vragen met betrekking tot marketing: wat je wilt bereiken en wat je doel is. De antwoorden die we vinden zijn erg divers. Ze variëren van het creëren van klantbetrokkenheid, het winnen van klanten, tot mensen die mijn app downloaden. Dit zijn heel algemene doelstellingen. Een doel moet SMART zijn [specifiek, meetbaar, haalbaar, relevant, met een

specifieke tijd]. Het is wat we intern de doelstellingen noemen. Een goed voorbeeld van een SMART-doelstelling is: “Ik wil in de komende 3 maanden 5.000 actieve gebruikers krijgen in mijn twitter-applicatie”.

Stel jezelf bij het stellen van doelstellingen de vraag hoe je deze gaat meten en hoe je besluit dat deze al dan niet zijn bereikt. Je hebt dus meetbare doelstellingen en je kunt prioriteiten stellen welke belangrijker zijn voor jouw bedrijf en opvolgen of je deze wel of niet haalt.

9.2.5. Teamwork

Ga bij je team zitten (of vraag mensen die waarde kunnen toevoegen als je alleen bent om mee te brainstormen) en betrek ze bij het marketingplan. Uit ervaring weten we dat het vrijmaken van tijd, het starten van een bedrijf moeilijk is. Maar het is nodig. Tijd investeren is geld investeren (en ja, tijd is geld). Werken als team is wat een product zinvol maakt, misverstanden voorkomt, tijd en geld bespaart, verwachtingen op één lijn brengt.

9.2.6. Plan

Het is de sleutel tot elke marketingstrategie. Het is belangrijk om een marketingplan te maken en dit in een document te plaatsen, met datums, acties, kanalen en campagnes die gepland zijn. Hoe specifieker, hoe beter. Hierdoor improviseer je niet in je strategie, wijk je niet af en benut het team beter tijd en geld.

Als je een inhoudsplan voor de blog maakt, bedenk dan wie de inhoud gaat bouwen? Hoe vaak wordt het gepubliceerd? Wie gaat het bewerken? Wat is het publicatieproces dat zal worden gevolgd? Maak een maandelijkse kalender om de inhoud die je gaat delen te plannen en de belangrijkste boodschappen te schrijven.

9.2.7. Zorg voor een landingspagina

Als het gaat om verkopen, is de web landing van het opzetten van een bedrijf de toegangspoort. Kies kwaliteit, zorgvuldige en aantrekkelijke afbeeldingen die jouw product of jouw dienst ondersteunt. Communiceer in een menselijke en begrijpelijke taal voor jouw klant. Dit omvat de voordelen van jouw product, video's met uitleg, referenties van jouw product of dienst, logo's, klanten en essentiële prijzen. Dit alles maakt een landingspagina, een aantrekkelijke landingspagina. Pas op voor spelfouten en drukfouten, ze blijven hangen en tasten het product aan.

9.2.8. Communiceer wat je doet

Omdat communicatie ook deel uitmaakt van een marketingstrategie en helpt verkopen met wat je bedrijf doet. Communiceer wat je doet via je Sociale Media, blog, website en communiceer met je team.

9.2.9. Zet in op een mediastrategie

Het is ook belangrijk om te communiceren wat een bedrijf doet met de media. En het gaat erom het goed te doen en ze te bieden wat ze nodig hebben. Op zoek naar de perfecte aanpak heeft elk bedrijf zeer waardevolle informatie om met de media te communiceren. Het gaat niet om persberichten en informatie voorbakken die voor hen niet relevant is. Het gaat erom te begrijpen hoe de media werken en hoe jouw startup hen kan helpen.

9.2.10. Meet de resultaten

Om te zien of de strategie en acties werken, moet je ze meten. Hiervoor worden KPI's gebruikt. De KPI (Key Performance Indicators) maakt deel uit van de marketingstrategie. Enkele basis-KPI's zijn de conversieratio, en het bouncepercentage, de duur van het bezoek op internet, het aantal retweets, het aantal likes, enz..

Source: Jamerson, K., [Top 10 Marketing Tips for 2020](#)

9.3. Nog zes Marketing 'Tips en Tricks'

9.3.1. De koning van Marketing Tips: blijf op de hoogte van de trends!

Het hebben van een sterke marketingstrategie vereist meer dan het jaar na jaar aanpassen van je prioriteiten. Je moet constant op zoek naar technologieën en mogelijkheden om je te onderscheiden van de massa. Volg de nieuwste technische en marketingtips om op de hoogte te blijven van de belangrijke trends en veranderingen waarvan je zou moeten profiteren.

9.3.2. Omarm betaalde Sociale Media

86% van de sociale marketeers gebruikt al Facebook-advertenties en de advertentie-inkomsten van het platform blijven groeien. Ondertussen zijn er betaalde advertentie-opties op Instagram, Pinterest, Twitter en elders. Sociale mediaplatforms passen hun algoritmen aan, waardoor duidelijk wordt dat betaalde promotie een must is als je zichtbaarheid wilt krijgen. Als je wilt dat jouw sociale strategie momentum behoudt of wint, dan is het omarmen van betaalde sociale media een must.

9.3.3. Zorg voor Ambassadeurs voor je Merk

Mensen zoeken naar aanbevelingen van hun collega's om aankoopbeslissingen te nemen. Jouw eigen klanten zijn een krachtig hulpmiddel om je te helpen nieuwe doelgroepen te bereiken en conversies te stimuleren. Om het meeste uit jouw Brand ambassadeurs te halen, maak je campagnes om hen te stimuleren jouw boodschap te verspreiden. Creëer bijvoorbeeld een online community of bied beloningen aan voor verwijzingen. Je kunt ook een hashtag met een merknaam maken en het publiek aanmoedigen om deze te gebruiken.

9.3.4. Geef prioriteit aan authenticiteit

Dit is een van onze belangrijkste marketingtips. Consumenten zijn zich er tegenwoordig terdege van bewust dat de inhoud die bedrijven creëren agenda gedreven is. Ze zullen waarschijnlijk niet positief reageren op verkoopinhoud, dus moet een Merk/bedrijf betere strategieën ontwikkelen om authentieke relaties met hun publiek op te bouwen. Een van de beste manieren om prioriteit te geven aan authenticiteit bij jouw marketing, is door live inhoud te maken. Host een live podcast, stream Facebook Live-video's, enz. Maak fouten en ga met de stroom mee - het zal je verbazen hoe positief je publiek erop zal reageren.

9.3.5. Ontwerp een herkenbare boodschap

Er zijn maar een beperkt aantal manieren om jouw producten en diensten rechtstreeks te promoten via marketing. Soms is het de moeite waard om af te dwalen van je belangrijkste marketingagenda om verhalen te vertellen die jouw Brand gedenkwaardiger en leuker maken. Hoe creatiever je wordt met verhalen vertellen, hoe groter de kans dat je opvalt en jouw imago van je Merk verbeterd.

9.3.6. Bouw partnerschappen op

Adverteren is een geweldige manier om je bereik op sociale media en internet te vergroten. Maar het is niet te vergelijken met de kracht van een sterke aanbeveling van deskundige influencers. Werk samen met andere grote spelers in jouw branche om een nieuw publiek te bereiken en sociaal bereik voor jouw bedrijf te verwerven. Je kunt ook de hulp inroepen van micro-influencers om te dienen als jouw ambassadeurs op Sociale Media en op de blogs.

9.4. Zes Marketing Tips en Tricks

9.4.1. Ontwerp een gedenkwaardig LOGO

Wanneer je een bedrijf start, moet je jezelf bekend en gedenkwaardig maken en er snel aan worden herinnerd wanneer je het logo ziet!

Met een gedenkwaardig logo helpt het je om in de gedachten van mensen te komen, laten we eens kijken naar enkele voorbeelden.



Bijvoorbeeld: het logo van Nike; zodra je deze "swoosh" ziet, weet je welk merk het is, zelfs zonder het woord "NIKE" te zien.

Of denk omgekeerd: als je aan een bekend merk denkt, heb je het logo in je hoofd!

9.4.2. Acties ter verbetering van de klantgetrouwheid

We willen allemaal trouwe klanten, die naar ons toe komen als ze iets nodig hebben dat in ons assortiment te vinden is, toch? Er zijn dus een aantal manieren waarop we ervoor kunnen zorgen dat ze 'van ons' zijn, laten we nadenken over kortingen, 'koop 2-krijg 3'-aanbiedingen, voorverkoopaanbiedingen of een klein voordeel hebben dan welke andere normale klant dan ook.

9.4.3. Probeer origineel onderzoek te doen

Als je reseller, leverancier of dealer wilt worden kun je beter jouw eigen originele onderzoek laten accrediteren door een goed, bekend bedrijf of gecertificeerd zijn.

Het hebben van jouw eigen onderzoek kan ervoor zorgen dat jouw klanten meer vertrouwen in je Merk krijgen! Denk er over na!

9.4.4. *Investeer in Sociale Media*

In 2021 is dit de beste manier om je Brand te lanceren.

Er zijn miljoenen gebruikers van internet, de sociale media platforms (Facebook, Instagram, YouTube, etc.). Er is Google Ads, waar je direct kunt betalen om advertenties op verschillende platforms te hebben. Of je kunt een partnerschap aangaan met een aantal invloedrijke mensen op internet, deze factor kan van invloed zijn op je Merk, maar kan ook minder/meer kosten, afhankelijk van het aantal volgers/abonnees.

Dit is deze jaren de meest gunstige manier om jouw goederen te promoten. Mensen hebben de neiging om te waarderen wat hun idolen leuk vinden, waardoor jij als klant onder de indruk raakt van hun meningen en ideeën.

9.4.5. *Film enkele advertenties*

Maak enkele advertenties in videoformaat. Als je ziet dat de producten "werken", ziet het er misschien leuker uit. Video was in 2019 en 2020 een populaire digitale marketingtactiek en het is ook dit jaar een onmisbare marketingstrategie. Probeer tutorials, getuigenissen of beelden van achter de schermen op te nemen, alles wat je met de klant kan verbinden.

9.4.6. *Digitaliseer UP!*

Alles gebeurt nu digitaal, ook jouw bedrijf. Maak websites, telefoon-apps, alles waarmee je klant gemakkelijk en snel contact met je kan opnemen! Houd ze in contact met jou, maak een aantal online peilingen om te zien wat jouw klant nodig heeft!

9.5. Wat Is Communicatie O3yme



**Wat Is Communicatie
O3yme**

9.6. Zes Communicatie Tips

(Bron: [6 tips voor het verbeteren van je zakelijke communicatieve vaardigheden](#))

9.6.1. *Train je luistervaardigheden (en ook je aandachtvaardigheden)*

Luister je echt als anderen aan het woord zijn? We verwarren 'luisteren' vaak met 'stil zijn', maar alleen omdat je niet praat terwijl anderen praten, wil dat nog niet zeggen dat je echt luistert. Leer je eigen interne dialoog uit te schakelen en stem echt af op wat anderen zeggen. Het helpt vaak om te herhalen wat je hebt gehoord, zodat je weet dat je oplet en dat zij het ook weten.

9.6.2. Werk samen, dicteer niet

Lezingen, monologen en omzwervingen horen niet thuis in zakelijke communicatie. Als je merkt dat je meer dan een paar momenten spreekt (behalve wanneer je een presentatie geeft of een demonstratie), stop dan. Vereenvoudig wat je probeert te zeggen zo veel mogelijk en sta anderen toe om hun mening over de kwestie te geven. Communicatie gaat over geven en nemen, niet over dicteren hoe de dingen zullen zijn of hoe je denkt dat ze zouden moeten zijn.

9.6.3. Besteed aandacht aan hoe je jouw vrije tijd doorbrengt

Je had waarschijnlijk niet verwacht dat dit op de lijst zou staan. Wat hebben de tv-programma's waarnaar je kijkt, de dingen die je leest en je hobby's te maken met zakelijke communicatie? Welnu, het antwoord is tweeledig. Ten eerste hebben ze het potentieel om je bloot te stellen aan nieuwe perspectieven en belangrijke actuele gebeurtenissen die je helpen jouw business intelligence te laten groeien. De kans is groot dat mensen die dagelijks een uur reality-tv kijken niet zo goed in staat zullen zijn om een zakelijk georiënteerd gesprek te voeren als degenen die hun vrije tijd besteden aan het lezen van zakelijke tijdschriften en netwerken met succesvolle mentoren. Ten tweede zul je enorm nuttige ideeën en inzichten opdoen uit meer intellectuele bezigheden dan uit het kijken of lezen van minder nuttig materiaal tijdens je vrije tijd.

9.6.4. Investeer in de juiste communicatie- en samenwerkingstools

Als je voor jouw communicatie afhankelijk bent van e-mail en Sociale Media, ontvang je waarschijnlijk veel nutteloze en overvloedige informatie en loop je misschien de belangrijkste communicatie mis. Een samenwerkingstool zoals Vmoso is de ideale manier om communicatie te stroomlijnen, samen te werken aan belangrijke projecten en zinvolle zaken relaties op te bouwen.

9.6.5. Wacht niet te lang om gevoelige kwesties aan de orde te stellen

Een situatie opbouwen en laten voor wat het is, is een recept voor een storing in de communicatie. Het is veel gemakkelijker, effectiever en professioneler om een probleem aan te pakken zodra het opduikt, terwijl het nog in de kinderschoenen staat, dan te wachten. Een snelle, directe discussie kan interpersoonlijke of professionele problemen oplossen zonder de relatie negatief te beïnvloeden.

9.6.6. Leer je geheugen te gebruiken

Is Sheila een ochtendmens, of is het beter om haar later met een probleem te benaderen in de namiddag? Heeft Samuel liever een bagel als je langskomt om het ontbijt te bezorgen, of heeft hij liever een worstenbroodje? Is het dinsdag of donderdag dat Becky zo snel mogelijk moet vertrekken om haar kind naar de orthodontistafpraak te brengen? Lijken deze kleine details voor jou niet van betekenis? Mensen zijn belangrijk. Als je jezelf details over hun persoonlijke leven kunt herinneren, laat dat zien dat je naast het werk ook om hen geeft. Dit bevordert een diepere, zinnvollere relatie die gemakkelijk zal uitmonden in een betere, meer lonende zakelijke relatie.