

In Flevoland grootste kans op faillissement

HILVERSUM - Ondernemers in Flevoland maken de grootste kans om failliet te gaan. Per 10.000 bedrijven werden er dit jaar 150 faillissementen uitgesproken. Flevoland gaat daarmee op kop van alle provincies. Dit blijkt uit gegevens van faillissementsonderzoeker Graydon Nederland BV.

Overijssel staat met 123 faillissementen per 10.000 bedrijven op de tweede plek; Groningen (117) is derde. Noord-Holland en Utrecht staan respectievelijk negende en tiende met 85 en 83 faillissementen per 10.000 bedrijven.

Vooraf het zeer kleine bedrijf wordt door een faillissement getroffen: 80 procent heeft een omvang tot slechts vier personeelsleden. Hieronder bevinden zich veel starters. Dat verklaart ook de toptoppositie van Flevoland. Die provincie staat ook hoog genoteerd met startende bedrijven.

In 2005 zijn in het hele land 10.228 ondernemingen failliet verklaard tegen 9.454 in 2004; een toename van 8,2 procent. Voorts maakten 15.166 particulieren en ondernemers (12 procent van alle faillissementen) gebruik van de schuldsanering. Nog nooit was het aantal faillissementen zo hoog. De financiële schade komt dit jaar op 3,7 miljard euro; het aantal verloren arbeidsplaatsen op 65.000. Verwacht wordt dat het aantal faillissementen in 2006 weer vijf procent hoger zal zijn. Het verwachte economische herstel zal geen positieve invloed hebben. Faillissementen komen vooral door een te snelle start en andere ondernemersfouten.

Omzetverlies ondernemers door regels

door Harry Homma

HILVERSUM - Ruim 30 procent van de ondernemers in het Gooi en Eemland zegt omzetverlies te lijden door gemeentelijke regelgeving. Dit blijkt uit de Regio-Hartslag van de Kamer van Koophandel, een onderzoek dat elke drie maanden wordt gehouden.

De ondernemers storen zich aan het grote aantal activiteiten waarvoor zij van de gemeente een vergunning nodig hebben en aan allerlei regels die niet zijn toegesneden op hun situatie. Het meest hinderlijk vinden ze parkeerregels, milieuregels en regels voor het laden en lossen.

De ondernemers denken dat er betere regels komen als de gemeenten meer doen met het advies dat ze van bedrijven krijgen over bestaande en nieuwe regels. Ook willen de ondernemers dat gemeenten voor invoering regels eerst toetsen op de effecten die ze voor de bedrijven hebben. Met name horecaondernemers zeggen veel hinder te ondervinden van de gemeentelijke regels. De Kamer van Koophandel en Koninklijke Horeca Nederland hebben daarom een Handreiking Horecabeleid aangeboden aan alle gemeenten in

de regio. Gemeenten en bedrijven kunnen deze praktische handreiking gebruiken voor het ontwikkelen van een gezamenlijk beleid en verbetering van bestaand beleid.

Van de bedrijven heeft in het derde kwartaal 52 procent (in het tweede kwartaal 50 procent) de vraag naar zijn producten zien toenemen. Bij 26 procent (25 procent in het tweede kwartaal) bleef de vraag constant en bij 22 procent (25 procent) daalde de vraag.

Ook de omzetten gingen over de hele linie iets omhoog. De winsten vertonen een beeld dat niet past bij de gestegen vraag en omzet. Een gedaalde winst werd gemeld door 25 procent van de bedrijven (in het tweede kwartaal 22 procent). Het aandeel van de bedrijven met een winststijging daalde van 51 naar 47 procent. De groep ondernemingen met gelijklopende winst steeg licht van 27 naar 28 procent.

De investeringen daalden licht. Het aandeel bedrijven dat meer investeerde nam licht af van 36 naar 34 procent. Veel meer bedrijven meldden gelijklopende investeringen: 52 procent in het derde kwartaal tegen 36 procent in het tweede kwartaal. De groep bedrijven met lagere investeringen daalde van 18 naar 14 procent.



MIJN ZAAK

De internetslijter

Niet iedereen zit dagelijks op kantoor om zijn brood te verdienen. Tallozen kiezen voor het ondernemerschap of zijn op een andere manier aan de slag. Zoals student Bart Houtman (20), die samen met zijn zus Maaïke (22) de slijterij Eemland Wijnen op internet is begonnen.

SOEST - Met de feestdagen voor de deur loopt de internetslijter als een trein. „Vooraf de champagne, mousserende wijnen en Glühwein gaan super“, glundert de Soester Bart Houtman. „De slijterij zijn niet blij met ons, omdat we veel goedkoper zijn. Wij hebben namelijk geen kosten voor opslag en winkel.

We bestellen alles direct bij de importeur.“ Maar zoals wel meer: de medaille heeft twee kanten. „Het is namelijk direct ook ons nadeel“, geeft de Soester toe. „We hebben weinig contact met de klant. Die kan ook niet een slokje proeven of de fles vasthouden.“ Maar dat mag de pret niet drukken, want de zaken lopen er niet minder om. „Sinds september hebben we al tweehonderd doosjes verkocht. Dit succes had ik niet verwacht. Ik ben aan het afstuderen - digitale communicatie - en Eemland Wijnen doe ik erbij in de avonduren. Best druk, soms kom ik niet eens aan eten toe.“

En dan te bedenken dat het kleinschalig begon. „Ik kon goedkoop aan wijnen komen voor familie en vrienden. Maar iedereen was zo enthousiast. Heb je nog een doosje, vroegen ze op de voetbalclub. Toen besloten we het groter aan te pakken.“

Beschrijving

Via www.eemlandwijnen.nl zijn dranken uit alle windstreken te bestellen. Houtman: „Ik hoor vaak dat mensen er in een supermarkt niet meer uitkomen. Al die wijnen, al die soorten, zonder uitleg. Je ziet door de bomen het bos niet meer.“ „Bij ons kun je rustig de beschrijving

lezen. De site is niet af, we gaan er ook op zetten met welk eten de wijn is te combineren.“ De Soester levert binnen 48 uur bij de klant thuis. „Binnen het postcodegebied 3400 tot 4200 is dat gratis bij bestellingen vanaf dertig euro.“ Bedoeling is dat een klant zes flessen tegelijk koopt, al zijn er ook 'proefdozen' met verschillende wijnen. Houtman geeft eerlijk toe dat hij geen wijnkenner is. „Ik ben het zakelijk brein, verzorg de website en laat me adviseren door iemand met verstand van wijn.“

**Tekst: Annemarie de Jong
Foto: Ton Kastermans**

Nieuwbouw Koot Peugeot langs A1

EEMNES - Autobedrijf Koot Peugeot uit Eemnes betreft in de loop van volgend jaar een nieuw gebouw langs de A1 bij Baarn, maar nog niet op het grondgebied van Eemnes. De Blue Box, zoals het gebouw wordt genoemd, heeft de Eem en jachthavens De Watermolen en Eemland als naaste burens. Deze vestiging van Koot wordt 1500 vierkante meter. Aan de Laarderweg waar het bedrijf nu is gevestigd, is het zo langza-

merhand woekeren met de ruimte. De showroom staat stampvol, parkeren is lastig en de medewerkers zitten op elkaars lip. Vandaar de nieuwbouw waarvan de eerste paal inmiddels is geslagen. Daar komen de verkoop van nieuwe en gebruikte auto's, verhuur, schadergeling en onderhoud. Voor parkeren is er voldoende ruimte, want het terrein telt in totaal 7500 vierkante meter. Koot Peugeot handhaaft de ves-

tiging aan de Laarderweg. Daar worden geen nieuwe auto's meer verkocht; wel gebruikte. En het blijft er mogelijk je auto te brengen voor een onderhoudsbeurt. Veel typen auto's, maar niet alle, aldus Koot in een nieuwsbrief. „Als u met een 'dikke Amerikaan' komt voorrijden, die behangen is met elektronica, moeten wij toch voorzichtig weigeren. Keuzes maken is belangrijk, zeker als het om service en kwaliteit gaat.“

Einde van een waar familiebedrijf

Autobedrijf Van Amersfoort in Laren houdt na bijna 94 jaar op te bestaan



Koen van Amersfoort in zijn al bijna geheel onttakelde autobedrijf. Foto: Ton Kastermans

Nog een week en dan houdt autobedrijf Van Amersfoort in Laren op te bestaan. Het eeuwfeest - in februari 2012 zou het honderdjarig bestaan een feit zijn geweest - wordt niet gehaald. Eigenaar Koen van Amersfoort (60) heeft het na veertig jaar gehad met werkweken van zes lange dagen en wil nog een aantal jaren gaan genieten.

door Harry Homma

LAREN - In de showroom van autobedrijf K. van Amersfoort & Zn aan de Eemnesserweg 3 in Laren staan nog even een paar racewagens gestald. De grote hal erachter, waar ooit zo'n vijf monteurs bezig waren met onderhoud en reparatie van auto's, is vrijwel leeg. De hefbruggen zijn al weg, evenals de apparatuur voor apk-keuringen en ander gereedschap. Koen van Amersfoort is nog naarstig bezig de rest van de inboedel op te ruimen en weg te

brengen. Over een week moet de boel namelijk schoon worden opgeleverd. Het complete pand, zo'n 1500 vierkante meter, is verkocht aan een projectontwikkelaar. Zo komt er een einde aan de geschiedenis van het in 1912 begonnen bedrijf. De grootvader van Koen van Amersfoort begon toen op het Schoutenbosje als fietsenmaker. Al spoedig kwamen de notabelen die toentertijd de enigen waren die zich een auto konden veroorloven bij Van Amersfoort voor reparaties. Zo ontstond ook het

onderhoud van auto's en de verkoop van nieuwe. Een volgende uitbreiding was taxivoer. Dat maakte het weer mogelijk om ook het ziekenvervoer te verzorgen van patiënten uit Laren, Blaricum, Eemnes en een deel van Huizen naar het toenmalige St.Janziekenhuis in Laren. „Opa heeft dat toch wel 40 à 45 jaar gedaan“, aldus Koen van Amersfoort. Opa Van Amersfoort vervulde ook heel lang een rol als pompmeester van de brandweer. Als de bluswaggen moest uitrukken, gebeurde dat vanuit zijn garage. De verkoop van benzine werd ter hand genomen. In 1977 werd de 'sprong' gemaakt naar de Eemnesserweg. Sinds 1969 is Van Amersfoort dealer en subdealer geweest van achtereenvolgens Toyota, Nissan, Suzuki

en Daihatsu. De fietsenmakerij was intussen afgestoten. Omdat aan de ziekenvervoerders steeds meer eisen werden gesteld, werd ook die activiteit stopgezet. En hetzelfde geldt eigenlijk voor de verkoop van benzine. De milieu-eisen werden steeds hoger opgeschroefd waardoor het op zeker moment niet meer profijtelijk was om benzine te verkopen. Aanvankelijk namen Koen van Amersfoort en zijn broer Frits samen het autobedrijf van hun vader over. Nadat Frits ging 'hobbyen' in de racery is hij daarin uiteindelijk professioneel terechtgekomen. Zijn bedrijf - Van Amersfoort Racing - zit nu aan de Nijverheidsweg in Huizen. Koen zette het autobedrijf aan de Eemnesserweg in zijn eentje voort.

Alle jaren van lange werkweken begonnen hun tol te eisen bij Koen. Bovendien had hij geen opvolger en is het ondernemen er in al die jaren alleen maar moeilijker op geworden. Koen vindt het nu op z'n zestigste wel mooi geweest. Hij heeft er overigens wel tegenstrijdige gevoelens wel. Enerzijds kijkt hij uit naar veel meer vrije tijd. Naar veel meer gezamenlijke activiteiten met zijn vrouw. Anderzijds realiseert hij zich dat er een eind komt aan een waar familiebedrijf en het contact met de vele honderden klanten. Het sleutelen heeft hij niet helemaal te missen. „Mijn schoonzoontje heeft in Huizen een garagebedrijf. Daar kan ik nog wat doen. Maar dan niet meer met de druk die er nu op staat.“

BELEGGINGSADVIEZEN



**Meinhard Leuhery
Rabobank**

Ongeveer een jaar geleden werden obligaties uitgegeven waarbij het verschil tussen de lange rente en de korte rente de coupon bepaalt. Dat verschil wordt ook nog eens vermenigvuldigd met bijvoorbeeld een factor vier. Dat klinkt aantrekkelijk, want normaal gesproken is dit renteverval positief. Hoe langer u immers uw geld wegzet, des te hoger is normaal gesproken de vergoeding. Bij een verschil van anderhalf procent, krijgt u bij zo'n obligatie dan een coupon van zes procent. Toch schuilt er een aantal addertjes onder het gras. Het verschil tussen de lange en de korte rente beweegt voortdurend. Het verschil kan meer dan twee procent bedragen, maar begin jaren '90 was het negatief. Op zich is er niets mis met zo'n bewegend renteverval, maar het betekent wel dat u een visie moet hebben op zaken als de inflatie, het rentebeleid van de Europese Centrale Bank en de mate waarin dat effectief zal zijn. Bovendien moet de visie ook nog eens uitkomen. Dat ge-

beurde niet bij de beleggers die een jaar geleden in deze zogenoemde steepeners (versteilers) stapten. Het verschil tussen korte en lange rente is het afgelopen jaar helaas gedaald, en de factor vier werkte op eens in het nadeel van de belegger. De koersen van veel steepeners zijn met zo'n 10 procent gedaald. En dat terwijl de koersen van normale obligaties stegen. Is het dan nu een aantrekkelijk koopmoment voor de steepener? Wij denken van niet. We verwachten niet dat het renteverval snel groter zal worden. Voorzichtigheid blijft dus geboden. Temeer omdat, wanneer het echt goed gaat, de emittent altijd nog de mogelijkheid heeft om het product versneld af te lossen. De belegger zal dan ook nooit steil achterover slaan van het rendement. Uw beleggingsadviseur kan helpen bij de juiste keuzes voor uw obligatieportefeuille.

Meinhard Leuhery is senior beleggingspecialist voor Rabobank Noord Goiland.



**Bob Emanuels
ABN Amro**

In de Wall Street Journal van 13 december stond dat de handel in Credit Default Swaps (CDS) nieuwe vormen aanneemt. Een CDS is eigenlijk niets anders dan een verzekering die op maat wordt gemaakt en onder bepaalde strikte condities wordt geleverd. De verzekering heeft betrekking op de mogelijkheid dat een bedrijf, overheid, of instelling niet aan haar verplichtingen kan voldoen. De premie voor deze verzekering is weer afgeleid van onder andere de kwaliteit van hetgeen verzekerd is, looptijd en verzekerd bedrag. Nu is er relatief kort geleden een handel ontstaan in CDS'en op de kredietwaardigheid van Amerikaanse hypotheekbezitters. De premies hierop zijn binnen 1 jaar tijd met zo'n 108% gestegen. Er zijn blijkbaar heel wat partijen die hun twijfels hebben over de kredietwaardigheid van Amerikaanse consumenten. We kunnen er nog een interessant gegeven aan toevoegen: de omvang van de handel in CDS'en is in 2 jaar tijd met ruim 200% gestegen tot ruim 8 biljoen dollar en het zijn met name de instituten die deze risico's in de

boeken hebben staan. Zijn risico's van deze omvang dan wel beheersbaar te houden? Dat antwoord moet ik u helaas schuldig blijven. Dat accountantskantoren grote moeite hebben met het waarden van dit soort derivaten onder de nieuwe IFRS-regelgeving en daarbij ook waarschuwen dat het risico voor hen niet duidelijk te omschrijven valt en zij er dus ook liever niet voor tekenen, geeft te denken. Zonder dat u het weet wordt u er eigenlijk ook direct of indirect mee geconfronteerd. Hoe kan het zijn dat een bedrijf met een A-rating via zogenaamde Special Purpose Vehicles (SPV) perpetuele obligaties uitgeeft die krap een BBB-rating hebben? Wat denkt u dat de onderliggende waarden van deze obligaties zijn? Niet veel soeps in ieder geval. De risicopremie op deze obligaties is nu schrikbarend laag. Onder druk van de zucht naar meer rendement vinden dergelijke leningen toch nog steeds gretig aftrek onder grote instituten. De conclusie laat ik graag aan u. **Bob Emanuels is hoofd ABN Amro Trading.**



**CROLLA
KOPEN**

enthousiasme aangekondigde koopavond met kerstmarkt, vele activiteiten en gezellige winterse sfeer. Wat doe je dan als vader? Je gaat met je dochter op stap. Die winterse sfeer was echter het enige dat klopte, maar dat lag meer aan het feit dat er een koude, gure wind stond. Verder was het een schamele vertoning met hier en daar een kraam, sommige zelfs leeg. Ik vroeg me toen af, waar gaat het mis? Hebben deze extra koopmomenten nog wel een functie? Wat wil de consument? Als u zou moeten kiezen tussen een koopavond of koopavond, waar zou u dan voor kiezen? Een re-

cent gehouden onderzoek van de Universiteit Tilburg leert dat 60 procent van de consumenten dan voor een koopavond kiest. Waarom? Het blijkt dat de koopavond meer wordt gezien als recreatief winkelen, een dagje uit. Dat betekent wel dat het winkelgebied waar je dan voor kiest, aantrekkelijk moet zijn. En er moet wat te beleven zijn, iets extra's, een evenement of iets dergelijks. De koopavonden worden door veel consumenten meer gezien als een extra moment voor het doen van inkopen. Zeg maar het meer functioneel boodschappen doen. Waarom slagen de winkeliers er niet goed in om keuzes te maken en hier op in te spelen? Simpelweg omdat de belangen nogal eens verschillen. De landelijke ketens met hun eigen marketingstrategie sluiten niet altijd aan bij de ideeën van de lokale ondernemer. Nog afgezien van het feit dat voor het gemiddelde midden- en kleinbedrijf, met gelukkig veelal nog de zelfstandige ondernemer, een extra koopavond of koopavond vaak betekent dat er zelf extra uren moeten worden gedraaid, want de zoveelste keer extra personeel inzetten kan bruintje veelal niet trekken. Toch ligt er een schone taak voor beide groepen om gezamenlijk duidelijke keuzes te maken in de extra koopmomenten en hier helder in te communiceren. De verwende consument is immers zeer mobiel en zal een slechte ervaring niet snel vergeten.