

UTRECHT

JAARGANG 34 | NUMMER 1 | MAART 2018

BUSINESS

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE VOOR DE REGIO UTRECHT



**Van kantoorvakhandel tot kantoorinrichter
EM KANTOORSYSTEMEN
HOUDT WERKNEMERS BLIJ**

**COMMA VASTGOED SCHEPT
RUIMTE VOOR ZAKELIJKE GROEI**

*JIM: opzwepend
innovatieklimaat*



Kelly van der Velden
Accountmanager Beatrix Theater

“We maken zoveel mensen blij.”

“Over Jaarbeurs kan ik uren achter elkaar vertellen. Op mijn werk maar thuis ook. Als ik ergens enthousiast van word, ga ik praten. En van Jaarbeurs word ik enthousiast. Iedereen in Nederland kent Jaarbeurs. We maken zoveel mensen blij. Neem LEGO World. Wie kent dat niet? Al die ouders met uitbundige kinderen. Ik ben er zelf meerdere keren geweest. Voor de deuren opengaan, staan er al lange rijen.”

“Mijn werk vind ik geweldig. Elke keer mag ik weer iets nieuws neerzetten en een bijeenkomst van nul af aan opbouwen. De ene keer doe je dat voor 10 man, de andere keer voor 1.000 man. Wat belangrijk is, is dat je meedenkt met een klant, je in hen verplaatst. Wat wil je bereiken, met welk gevoel wil je dat de mensen naar huis gaan? Daar kunnen we op inspelen. Je moet het ook een beetje aanvoelen, maar dat leer je wel als je hier een tijdje werkt.”

“Wat het leuk maakt is de dynamiek. Er gebeurt hier zoveel. En soms verandert alles op het laatste moment. Laatst hadden we een bijeenkomst voor 650 personen maar veel meer inschrijvingen. Dan kijk je samen met de klant naar de mogelijkheden. Omdat we geen grotere zaal meer beschikbaar hadden, hebben we besloten de sprekers in de plenaire zaal te filmen en beeld en geluid door te schakelen naar een andere zaal. Het is soms even puzzelen, maar we zijn Jaarbeurs en komen altijd met een oplossing. Dat is onze instelling.”

“Het fijnste vind ik als al het voorwerk is gedaan. Als alles staat en ik het een dag van tevoren aan mijn collega's van de operatie overdraag. Het is allemaal geregeld. Catering, audiovisuele middelen, stand benodigdheden, zaalindeling, wat je maar kunt bedenken. De kers op de taart is als je de verwachting van de klant overtreft. Onlangs hadden we een congres met afsluitend het afscheid van een voorzitter. Na afloop kwam mijn contactpersoon naar mij toe en zei dat zij zich geen betere dag hadden kunnen wensen. Dat is mijn drijfveer. Daar word ik nou gelukkig van.”

Bijzondere ontmoetingen creëer je bij Jaarbeurs

Kijk op jaarbeurs.nl/zakelijk voor de mogelijkheden.

jaarbeurs.nl/zakelijk • 030 - 295 58 81 • events@jaarbeurs.nl

VOORWOORD



BLIJ HOUDEN

Samenwerking en communicatie blijken binnen veel organisaties een achilleshiel, zo blijkt uit de Salary Survey, een jaarlijks onderzoek van de internationale uitzendorganisatie Walters People. Uit datzelfde onderzoek komt ook naar voren dat het werknemers bij het zoeken naar een baan vaak al lang niet meer vooral om het geld en de secundaire arbeidsvoorwaarden gaat. Een goede balans tussen werk en privé vinden ze het allerbelangrijkst, zo blijkt. Daarna volgde de organisatiecultuur en een prettig contact met collega's en op plek drie een uitdagende functie-inhoud.

Natuurlijk kan salaris er ook een rol in spelen, maar steeds vaker hoor je inderdaad geluiden dat mensen hun werk vooral leuk willen vinden, in alle facetten die daar bij horen. Fijne collega's, een prettige bedrijfscultuur, een gezonde verhouding tussen werk en vrije tijd én het bieden een inspirerende werkomgeving kunnen doorslaggevend zijn als je op zoek bent naar werknemers. Een passend bedrijfspan op een goede locatie kan belangrijk zijn (en daarom besteden we in deze editie van Utrecht Business ook zoveel aandacht aan het thema 'vastgoed'), maar feitelijk is het overkoepelend gezien 'gewoon' zaak je werknemers blij te houden.

Bied ze de mogelijkheid fit te blijven, door ze te laten sporten als ze dat willen, maar ook door te kiezen voor goed meubilair en een gezond binnenklimaat. Zorg daarnaast dat ze kunnen beschikken over alles wat ze nodig hebben om hun werk naar behoren te doen, of het nou een goede stoel, een fraaie werkomgeving, altijd werkende apparatuur of gewoon een kop goede koffie is: houd ze blij. Want zoals Ronald Rietveld van EM Kantoorssystemen zegt in de coverstory van deze uitgave: "Op je werkplek moet alles in orde zijn, zo simpel is het gewoon." En zo is het maar net!

Teun van Thiel
teun@utrechtbusiness.nl



Zakenmagazine voor ondernemers
en managers in de regio Utrecht

JAARGANG 34
Maart 2018, editie 1

EEN UITGAVE VAN
MVM Business Productions
Postbus 6684, 6503 GD Nijmegen
Kerkenbos 12-24A, 6546 BE Nijmegen
Tel. (024) 373 8505
Fax (024) 373 0933
info@vanmunstermedia.nl
Tel. redactie Utrecht (030) 251 2818

UITGEVER
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE
Teun van Thiel

REDACTIEMEDEWERKERS
Hans Hajée • Aart van der Haagen

VORMGEVING
Margot Noyons

DRUK
Balmedia
ISSN: 1387 - 9707

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
Van Munster Media BV
Savas Atilla T: 06 - 55 167 254
commercie@utrechtbusiness.nl

Advertentietarieven op aanvraag

ABONNEMENTEN
Tel. (024) 373 85 05
abonnementen@utrechtbusiness.nl

Abonnementen kunnen op elk gewenst
tijdstip ingaan. Zij worden na een jaar
automatisch verlengd, tenzij de abon-
nee uiterlijk twee maanden voor het
verstryken van de termijn schriftelijk
opzegt. Abonnementsprijs per jaar:
€ 55,- (incl. btw)

COPYRIGHTS:
Het auteursrecht op de in dit tijdschrift
verschenen artikelen wordt door de uit-
gever voorbehouden.

www.utrechtbusiness.nl

- 6** EM Kantoorssystemen houdt werknemers blij
- 10** Comma Vastgoed vindt en schept ruimte voor zakelijke groei
- 14** Circulair bouwen: no more take, make, waste
- 18** Grote regionale verschillen in kantorenmarkt
- 20** Circulaire economie: van bezit naar gebruik
- 22** Klaar voor meer business? Start met bereikbaarheid
- 23** Werknemers (mede)verantwoordelijk voor opstellen verbeterplan
- 26** Onzichtbaar gevaar voor ICT-omgeving
- 29** Grip op administratiekosten met Adfir
- 30** Tekort aan human capital: a hell of a job
- 32** Ondernemerslobby gemeenteraadsverkiezingen: "Blijf aan de bal"
- 34** Het Nut is er om te ontdekken
- 36** Movi Performance Gym: niet bewegen, maar trainen
- 40** ASB: unieke combinatie asbestsanering, riooltechniek en plaagdierbeheersing
- 45** Hulp voor ondernemers bij voorbereiden Brexit
- 46** Seminar Van Veen Advocaten: privacyrecht op de werkvloer
- 48** Been Industrial Automation: morgen is nu
- 52** GDPR-compliant in zes stappen: doe jij het wel veilig?
- 54** JIM: waar ondernemers elkaar helpen groeien
- 59** Cluistra begroet uitbreiding Hyundai i30-reeks: scherpe randjes
- 60** Gijsbert van der Meulen (Ad Hoc Data): "Nooit meer met hagel schieten"
- 62** Literatuur



“Op je werkplek moet alles in orde zijn, zo simpel is het”



‘Bord in de tuin werkt nog altijd het beste’

20
De omslag naar een circulaire economie is ronduit nodig



26
‘Achterlopen op updates is vragen om moeilijkheden’



5



36
‘Build better humans’ als speerpunt



48
Beenen Industrial Automation beweegt steeds meer zuidwaarts



54
Werken in dynamische omgeving tussen andere ondernemers

VAN KANTOORVAKHANDEL TOT KANTOORINRICHTER

EM KANTOORSYSTEMEN HOUDT WERKNEMERS BLIJ

Waar EM Kantoorssystemen ooit begon als leverancier van kantoorbenodigdheden, heeft het bedrijf zich door de jaren heen ontwikkeld tot een complete kantoorinrichter. Daarmee mag het Leerdamse bedrijf (met een tweede vestiging in Den Bosch) zich met recht een totaalleverancier voor kantoren noemen. Utrecht Business ging met eigenaar Ronald Rietveld in gesprek over het belang van een doordacht ingericht kantoor: "Op je werkplek moet alles in orde zijn, zo simpel is het gewoon."



Eenvoudig gezegd biedt EM Kantoorssystemen echt alles voor kantoren. In eerste instantie was dat puur als leverancier van kantoorbenodigdheden, waarvoor je overigens nog steeds bij het bedrijf terecht kan. "Als franchisepartner van Staples bieden we op dat vlak alles wat je maar kunt bedenken", vertelt Ronald Rietveld (die samen met Frits van Santen de directie vormt) desgevraagd. "Dat gaat echt van pennen en nietjes tot facilitaire zaken als koffie, thee, limonade en toiletpapier, om maar eens een paar zaken te noemen. Alles wat je in en om je kantoor gebruikt kunnen we leveren." Ook voor bijvoorbeeld kantoor machines (denk aan printers, luchtreinigers, kopieerapparaten etc.) kun je bij EM terecht.



Ronald Rietveld

TOTAALLEVERANCIER

Als uitbreiding op de activiteiten begon EM Kantoorssystemen ooit ook met het leveren van bureaustoelen en -tafels en juist in die hoek heeft het bedrijf zich de laatste jaren – onder andere door de overname van Eckhart, een toonaangevend bedrijf op het gebied van kantoorinrichting – heel sterk ontwikkeld. Rietveld: "Door de overname van Eckhart en omdat we door de jaren heen steeds meer kwalitatieve mensen hebben binnengehaald, zijn we uitgegroeid tot de totaalleverancier die we nu zijn. Het is al lang niet meer zo dat we enkel en alleen al die spullen kunnen leveren, we maken ook de complete plannen voor een optimale inrichting van de kantoren van onze klanten."

VIRTUAL REALITY

Bij EM Kantoorssystemen zijn alle kennis en middelen in huis op het gebied van de 'hot

MET EEN VIRTUAL REALITY-BRIL OP HET HOOFD KUN JE VERVOLGENS AL VIRTUEEL RONDLOPEN IN JE NIEUWE KANTOOR.

items' die tegenwoordig gelden als het om kantoorinrichting gaat. Akoestiek, frisse lucht, ergonomie, zit-sta werkplekken.... allemaal zaken die het werk prettiger en de werknemer gezonder houden en die dus bijdragen aan een beter werkklimaat. EM biedt er alle oplossingen voor, maar denkt zoals gezegd ook in totaalconcepten: "Met een eigen programma kunnen we hele kantoren intekenen, zodat opdrachtgevers vooraf precies kunnen zien wat het resultaat in hun kantoor zal zijn", vertelt Rietveld. Wie daarbij automatisch denkt aan de ouderwetse plattegronden waarop je van bovenaf je

kantoormeubilair ziet ingetekend, zal positief verrast worden. Het begint namelijk wel met een 2D-plattegrond, maar die kan door de mensen van EM compleet driedimensionaal gevisualiseerd worden. Met een Virtual Reality-bril op het hoofd kun je vervolgens al virtueel rondlopen in je nieuwe kantoor. Je ziet je meubilair, kunt op en onder je bureaus en kasten kijken en ervaart vooraf al echt wat het resultaat wordt. Ideaal natuurlijk en het stoffige imago dat de kantorenmarkt nog steeds wel eens wordt toegedicht kan meteen de prullenbak in.

MEEDENKEN

Op de vraag of het moeilijk was om in een voor EM nieuw segment te groeien, reageert Rietveld: "Dat gaat gestaag. Je begint met je huidige klanten, maar die hebben natuurlijk ook al spullen staan. Eerst begint het dan met bijvoorbeeld bureaustoelen en daarna is het stap voor stap verdergegaan. Van een kantoorvakhandel zijn we zo naar een serieuze tak van kantoorinrichting gegaan. Nu is het zover dat we ook al worden uitgenodigd door architectenbureaus om al in een heel vroeg stadium mee te denken over een ideale invulling van nieuwe kantoren." EM is inmiddels een jaar of tien aan de weg aan het timmeren als kantoorinrichter, geeft Rietveld aan: "Het gaat beter in de markt, dat is ook voor ons prettig. Bovendien is bijvoorbeeld ook een thema als zit-sta werken op dit moment hot. Zitten is het nieuwe roken, hoor je dan. Wij bieden daar alle oplossingen voor. Zelf werken we hier ook aan zit-sta bureaus, een uitstekende tool om voor afwisseling te zorgen. Wie wil mag natuurlijk zitten, maar het is goed om de afwisseling aan te bieden. De hele dag zitten is namelijk echt niet goed voor je."



PINNC.19

uniek ■ inspiratie ■ achtbaan
voor de geest ■ 16 sprekers ■
hand-made ■ international ■
posimistisch ■ magic ■ curious
people ■ aandacht voor details
■ creativiteits-conferentie ■
ideeëndouche ■ 7 intermezzo's
■ 15 mei 2018 ■ www.pinc.nl

BUREAUSTOELEN

Wie toch de hele dag zit, doet er in ieder geval goed aan om daar een goede bureaustoel voor te kiezen. Dat is iets waar het volgens Rietveld nog wel eens aan ontbreekt. "Mensen kopen een bureaustoel, hij wordt ingesteld, maar verder wordt er niet meer gekeken naar de functies die zo'n stoel heeft. Omhoog en omlaag, dat weten ze meestal nog wel, maar er is heel wat meer in te stellen. Als wij bureaustoelen verkopen, dan hoort daar altijd een stukje voorlichting bij. Als het om grotere aantallen gaat dan laten we iemand van ons naar de klant gaan om tekst en uitleg te geven, maar ook elke persoon die hier in de showroom komt zal die uitleg krijgen. Het is ook echt belangrijk, want het houdt je werknemers gezond." Natuurlijk hangt aan kwalitatief goede bureaustoelen een prijskaartje, Rietveld zal de eerste zijn om dat te beamen: "Slechte stoelen hebben we hier gewoon niet. De goedkoopste stoel hier zal zo'n driehonderd euro kosten, maar daar zit dan wel zeven tot tien jaar garantie op. Bovendien: je zit meer op je bureaustoel dan in je auto. Laten we zeggen dat een auto in de lease 700 euro kost....dat kost een stoel voor tien jaar. Reken je het dan terug, dan kost die goede bureaustoel je misschien 30 cent per dag. Ik vind het belangrijk om op dat gebied bewustwording te creëren, want bij heel wat bedrijven is daar nog flink wat te winnen."



Frits van Santen

SPULLEN DIE LANGER MEEGAAN HOEVEN NU EENMAAL MINDER SNEL VERVANGEN TE WORDEN.

MISVATTING

Ook op het gebied van printing bestaan nog wel eens misverstanden, zo blijkt. Bij EM Kantoorssystemen kun je dat bijvoorbeeld op contractbasis laten regelen, maar nog heel vaak denken bedrijven dat het goedkoper is om zelf een losse machine aan te schaffen. Rietveld: "Geloof mij maar, een contract is aan het eind van de rit goedkoper dan zo'n losse machine. Fabrikanten verdienen het meeste geld aan de toners en als je een contract hebt, dan betaal je veel minder per afdruk. Onderhoud, service en toner zijn allemaal inbegrepen in een maandelijks bedrag dat je betaalt. Maak je extra afdrukken, dan zijn die in de regel zo'n beetje de helft goedkoper dan wanneer je een eigen machine hebt staan. Gaat de machine kapot, dan komt er een vervangend exemplaar...zo ben je helemaal ontzorgd. De misvatting dat je duurder uit bent, kan echt uit de wereld."

DUURZAAM

Belangrijk punt in de bedrijfsvoering van EM Kantoorssystemen is duurzaamheid. "Net als Staples proberen wij met partijen te werken die dat ook belangrijk vinden", legt Rietveld uit. "De grondstoffen die we gebruiken, moeten zoveel mogelijk hergebruikt worden. Niet zozeer in de vorm van klassieke recycling, maar weer als grondstof voor hetzelfde product. De gasveer uit een bureaustoel die

uiteindelijk wéér een gasveer wordt bijvoorbeeld. Milieubelastende producten willen we niet verkopen en alles wat hergebruikt kan worden, wordt hergebruikt. Ook de kwaliteit van de producten draagt bij aan duurzaamheid. Spullen die langer meegaan hoeven nu eenmaal minder snel vervangen te worden."

BLIJ HOUDEN

Door de ontwikkeling die EM heeft doorgevoerd is het werk er voor Ronald Rietveld en consorten nóg leuker geworden, geeft hij aan: "In het leveren van spullen zit natuurlijk niet de uitdaging. Die heb je bij het creëren van een nieuwe werkplek wel. Het maakt mensen blij als daar echt aandacht aan geschonken wordt. Ze vinden het prettig om op een werkplek te komen die speciaal voor ze is ingericht op een manier waar zij zich goed bij voelen. Dat bevordert de tevredenheid. Plezierig werken, dat is ook echt wat we in alles proberen uit te stralen. Wij willen hier zelf met plezier werken met ons team, maar met wat we creëren willen we dat ook voor andere mensen realiseren." Mensen pleasen en blij houden dus, want daar gaat het uiteindelijk allemaal om, weet Rietveld: "En eigenlijk bieden we daar alle middelen voor. Goed meubilair natuurlijk, maar ook alle benodigdheden die het werk prettig maken, tot goede koffie aan toe. Op je werkplek moet alles in orde zijn, zo simpel is het gewoon. Zelf willen we ook altijd minstens een 9 scoren als het om klanttevredenheid gaat. Het gaat niet puur om een product, je wilt een beleving verkopen en zorgen dat de mensen enthousiast over je zijn. Dát is voor ons belangrijk."

Dennis Brouwer (kantoorinrichting adviseur)





COMMA VASTGOED: VINDT EN SCHEPT RUIMTE VOOR ZAKELIJKE GROEI

ONDERNEMEND NAAR DE BESTE TRANSACTIES IN BEDRIJFSVASTGOED

Bedrijfsmakelaars Maarten Stalenhoef, Boy Grizell en Jeroen van Toor ontvangen Utrecht Business op de fraai verbouwde locatie van Comma Vastgoed. In een inspirerend gesprek vertellen zij onder meer over het belang van lokale kennis, expertise, persoonlijke service en de betekenis van innovatieve technologie voor hun dienstverlening.

TEKST: BAART KOSTER (KOSTER TEKSTEN – TEKST & COMMUNICATIE)

De lamellen gaan dicht, want de lage winterzon schijnt fel naar binnen. Maar dat is niet de enige reden, want het raam van de spreekkamer biedt namelijk een magnifiek uitzicht op omliggend groen en dat leidt maar af, zegt Maarten Stalenhoef met een glimlach. Hij heeft gelijk. Comma Vastgoed bedient de zakelijke markt vanaf de fraaie locatie aan de Utrechtseweg 223. De klantenwaaier strekt zich uit van klein-mkb, en zelfs zzp, tot beursgenoteerde bedrijven en beslaat ondernemers in alle sectoren. Het kantoor is onlangs overigens flink verbouwd en strak gestijld naar de hedendaagse eisen, omdat ook werkplezier belangrijk is bij het bedrijf. Maarten en Boy werken inmiddels 12,5 jaar voor het 15 jaar bestaande Comma Vastgoed, hebben beide brede ervaring in zowel woningmakelaardij als commercieel onroerend goed en mogen zich allebei register taxateur noemen. Die brede ervaring is de ideale leerschool om het makelaarsvak in zijn totaliteit te leren.

Jeroen van Toor is inmiddels een jaar aan boord en werkte daarvoor onder meer bij een bouwer-ontwikkelaar. Hij voelt zich dan lekker in zowel zijn huidige werkomgeving als in de samenwerking met Boy en Maarten. "Verschillende van mijn studievrienden vertrokken naar grote bedrijven, maar dat kan

voor mij echt niet op tegen een werkvloer als deze. De onderlinge lijntjes zijn hier kort en we zitten dicht op de klant om die persoonlijk en optimaal te helpen. Zo hoort service er in mijn optiek ook uit te zien."

NEGENTIG PROCENT VAN DE VERHUIZINGEN BINNEN STRAAL VAN TWEE KILOMETER

Die service is breed: aan- en verkoop, alsmede aan- en verhuur vormen het voornaamste onderdeel van het dienstengamma. Daarnaast denkt Comma Vastgoed actief met cliënten mee over financieringsconstructies, ontwikkelt het huisvestingsstrategieën, begeleidt het klanten die willen beleggen in bedrijfstvastgoed en voert het taxaties uit. Dat laatste wordt steeds belangrijker vanwege de strengere eisen die banken aan financiering stellen. Van vele markten thuis dus en met één markt volkomen bekend: die van Amersfoort en omgeving. "We kennen zo ongeveer iedere steen en ondernemer in de stad", zegt Boy. Belangrijke kennis, want negentig procent van alle verhuisbewegingen vindt plaats binnen de regio en vele daarvan zelfs binnen een straal van twee kilometer. "Onze klanten willen daarom precies weten welke kansen zich lokaal voordoen. Onze expertise sluit op die wens

aan." De Amersfoortse markt bestaat voor het merendeel uit kleinschaligere transacties, vult Maarten aan. "In ongeveer zeventig procent van de gevallen praat je over minder dan vijfhonderd vierkante meter. En dan bedoel ik kantoren en bedrijfshallen gecombineerd. Er is bij onze kleinere klanten veel belangstelling voor kantoorconcepten, zoals Regus en The Office Operators. Kleinschalige huurkantoren waarbij je met medehuuders bepaalde ruimtes, zoals restaurant en vergaderruimtes, deelt."

"Wat wil de klant werkelijk? Vaak realiseert hij zich dat zelf niet op het moment dat hij ons inschakelt"

Die bekendheid blijft niet bij de stad alleen, ook in de omgeving zijn de heren actief. "We begeleiden transacties in een gebied dat ruwweg begrenst wordt door Utrecht, Veenendaal, Harderwijk, Lelystad en het Gooi." De regionale markt van het bedrijfstvastgoed is dynamisch en het is zaak belangrijke trends scherp te signaleren om daarop in te kunnen spelen. Bedrijfsmatig



Inspiratie, service en beleving voor een geslaagd evenement!

Het resultaat telt, toch...?

- Centraal gelegen in de bossen
- Gratis parkeren
- Oplaadpunten elektrische auto's
- 22 multi functionele Meetingrooms
- Full service eventondersteuning
- 88 Hotelkamers
- Wellness faciliteiten

Úw event; onze locatie!

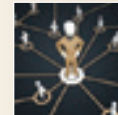
Oud London Meetings & Events is samen met Hotel Restaurant Oud London, Catering Oud London, Restaurant Hermitage, Golfbaan Sluispolder, participatie Slot Zeist Horeca, onderdeel van de Oud London Horeca Groep.



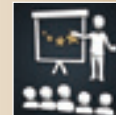
Happy Meeting



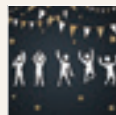
Product Presentatie



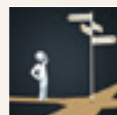
Netwerken



Informeren



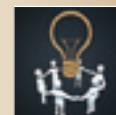
Vieren



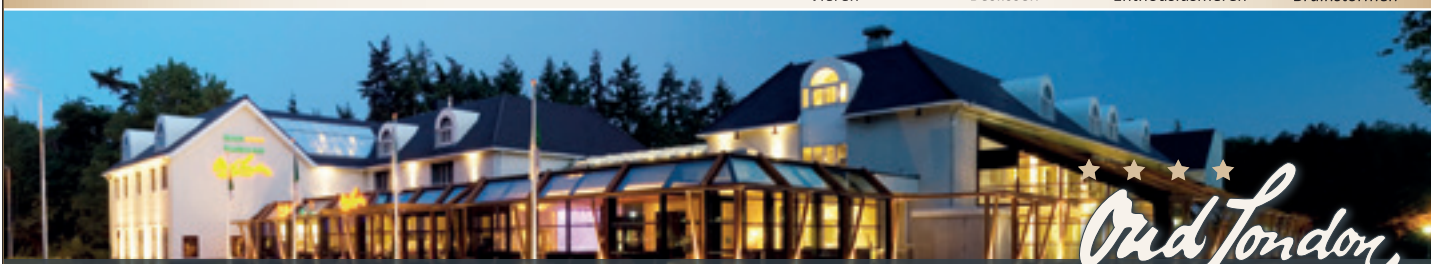
Beslissen



Enthousiasmeren



Brainstormen



Oud London

OULD LONDON MEETINGS & EVENTS

HOTEL RESTAURANT

WOUDEBERGSEWEG 52 | 3707 HX ZEIST | 0343-491341 | INFO@OULDONDON.NL | WWW.OULDONDON.NL

PROEF DE SFEER!

We ♥ PrintMedia



Houdt u ook zo van schitterend drukwerk, scherpe prijzen en uitstekende service? Neem nu contact op en ondervind zelf de geweldige kwaliteit van ons Nederlands/Baltisch traject: optimaal van boom tot deur.

Bouwmeesterweg 52 | 3123 AA Schiedam T 010 247 6666 W www.balmedia.com E info@balmedia.com

BalMedia

vastgoed loopt weliswaar achter bij de woningmarkt die langzamerhand aan het oververhitten is, toch merkt Maarten wel degelijk dat ook die markt aantrekt. "Het kantooraanbod is weliswaar voldoende, maar je ziet dat het aanbod in kwalitatief hoogwaardige kantoorruimte afneemt, en juist daar is veel vraag naar. Ook signaleren we dat aan bedrijfshallen een duidelijk tekort ontstaat in deze omgeving. Met andere woorden; we zitten merkbaar in een opgaande conjunctuur."

En ook in een groeiende economie kunnen dus schaarstes ontstaan, wat van een dienstverlener behalve kennis tevens het vermogen vraagt om 'out of the box' te denken. Boy daarover: "Onlangs kwam een klant bij ons binnen met een zoekopdracht voor een kantoorvilla. Uiteindelijk werd dat een nieuw kantoor op Station Amersfoort. Dat het zo anders kan lopen, komt omdat wij in onze klantcontacten altijd zoeken naar de informatie áchter de basisinformatie die de klant ons verschaft. Wat wil de klant werkelijk? Vaak realiseert hij zich dat zelf niet op het moment dat hij ons inschakelt. Onze kracht is dat we niet alleen weten wat er te koop en te huur is, maar dat we bovendien dóórvragen. Zo kom je soms op verrassende oplossingen."

BIG DATA EN IOT: KANS OF BEDREIGING?

Naast zicht op het vakgebied delen de heren ook een heldere visie op trends in bedrijfstvastgoed. Behalve de regionale en lokale ontwikkelingen spelen er ook zaken die de landelijke vastgoedsector raken. Bijvoorbeeld het toenemende aantal beleggers dat om begeleiding vraagt en die Comma Vastgoed ook kan helpen. Boy: "Beleggers zoeken naar rendement op hun stenen. De woningmarkt is overspannen aan het raken en particulier vastgoed is inmiddels dan ook behoorlijk duur. Daarom zie je steeds meer beleggers uitwijken naar bedrijfsmatig onroerend goed. Wij adviseren dergelijke investeerders regelmatig over interessante objecten om in te investeren." Overigens vormt ook de woningmarkt een investeringscategorie waarin de heren actief zijn, maar daarbij gaat het dan exclusief om verhuurde woningen als beleggingsobjecten.

"Grappig genoeg geldt dat ook tegenwoordig een bord in de tuin nog altijd het beste werkt"

Met Big Data en IoT (Internet of Things) pakt Maarten er nog een trend uit die algemeen speelt en ook zeker belang heeft voor het makelaarsvak. "Vooral grote, landelijke partijen bouwen momenteel uitgebreide databases op van transacties en verhuisbewegingen. In principe zorgen dergelijke ontwikkelingen voor verhoogde transparantie van markten, maar dat zal ons als makelaars alleen maar helpen. Want ook al zijn steeds meer gegevens beschikbaar voor velen, wij bezitten als makelaars de expertise om data te interpreteren en te koppelen aan de concrete wensen van klanten." Zelf hebben Maarten, Boy en Jeroen ook hun database opgebouwd en zijn ze daarnaast gespitst op andere innovatieve toepassingen die helpen hun service nog verder te perfectioneren. Momenteel werken ze bijvoorbeeld aan een verfrissende nieuwe huisstijl en website, wat positieve gevolgen

heeft voor de online presentatie. Daarnaast wordt gekozen voor in het oog springende marketing, zoals tijdelijke graffiti. Dergelijke bewuste en onderscheidende keuzes vergroten de zichtbaarheid aanzienlijk, aldus Boy.

Toch gaat hun openheid voor nieuwe techniek hand in hand met Hollandse nuchterheid, en met een goede reden, zo blijkt uit een slotwaarneming van Maarten. "Natuurlijk houden we de vinger aan de pols van relevante innovaties op ons vakgebied. Tegelijk werken traditionele marketingtechnieken ook nog uitstekend. Grappig genoeg geldt bijvoorbeeld dat ook tegenwoordig een bord in de tuin nog altijd het beste werkt. En zo nuchter staan we er ook in: het draait om bricks. De clicks zijn alleen van belang als ze ook toegevoegde waarde voor onze service hebben."



CIRCULAIR BOUWEN HEEFT GROTE IMPACT

NO MORE TAKE, MAKE, WASTE

Door hergebruik te maximaliseren en waardevernietiging te minimaliseren, moet de Nederlandse economie in 2050 volledig circulair zijn. Zeker voor Midden-Nederland biedt deze ontwikkeling grote kansen. Een voortrekkersrol past naadloos in de ambitie van de regio Utrecht als dé plek voor Healthy Urban Living. Circulair bouwen is daarbij een belangrijk speerpunt.

Tot nu toe kenmerkt onze economie zich door een lineair systeem. Grondstoffen worden omgezet in producten die aan het einde van hun levensduur – en vaak al veel eerder – worden vernietigd. *Take, make, waste*. Komende generaties ondervinden hiervan op twee manieren de negatieve consequenties. Allereerst worden de gevolgen van milieuvervuiling – energieverbruik, CO₂-uitstoot – en klimaatverandering steeds nadrukkelijker merkbaar. Daar komt bij dat grondstoffen niet oneindig beschikbaar zijn. Al jaren geleden kwamen bouwprojecten stil te liggen door een tekort aan staal als gevolg van de enorme vraag uit China. En sommige kritische grondstoffen voor de productie van elektronica zijn maar zeer beperkt op de aarde aanwezig.

ONHOUDBAAR EN ONVERMIJDELIJK
Aan twee kanten keert de wal dus het schip. De lineaire aanpak is simpelweg onhoudbaar, de omslag naar een circulaire economie onvermijdelijk. Hierbij vloeien

reststoffen na gebruik weer veilig terug in de natuur. Doelstelling is echter om deze reststoffen zoveel mogelijk te beperken. Hiertoe wordt eerst gekeken naar hergebruik van een compleet product, daarna naar onderdelen en vervolgens naar hergebruik van grondstoffen. In een circulair systeem worden producten en componenten dus zo hoogwaardig mogelijk opnieuw ingezet. Er vloeit geen of in elk geval zo min mogelijk economische waarde weg. Dit vereist anticipatie bij ontwerp en productie, maar ook bij de marketing. Steeds meer voorbeelden dienen zich aan; van circulaire jeans en overhemden tot de Fairphone, 's werelds eerste ethische en modulaire telefoon.

BOUW HEEFT GROTE IMPACT

De bouw is een van de grootste gebruikers van grondstoffen en energie. Veel daarvan gaat verloren; maar liefst 40% van ons afval is afkomstig uit de bouw. Lukt het om grootschalig circulair te bouwen

dan heeft dat een enorme impact. In het rijksprogramma 'Nederland Circulair in 2050' is voor de bouw een aantal strategische doelstellingen vastgelegd. Daarbij gebruiken zowel de woning- en utiliteitsbouw als de grond-, weg- en waterbouwsector vooral hernieuwbare grondstoffen. Materiaalgebruik is over de hele levensduur geoptimaliseerd via waardebewoud, minder kosten, meer hergebruik en minder milieu-impact. De bouw beperkt CO₂-emissie zoveel mogelijk in zowel de productie-, bouw- als gebruiksfase. Ook spelen ontwikkelaars en bouwers proactief in op de veranderende vraag, bijvoorbeeld door gebouwen te realiseren die eenvoudig aan te passen zijn aan een ander gebruik.

PRIKKELS ONONTBEERLIJK

Om inzicht te krijgen in de uitdagingen, successen en valkuilen bij circulaire bouwprojecten zijn in opdracht van de Economic Board Utrecht en Alliantie Cirkelregio Utrecht dertien opdrachtgevers



Hof van Cartesius

HOF VAN CARTESIUS

Als eerste concrete initiatief is het Hof van Cartesius een visitekaartje voor het circulaire Werkspoorkwartier in Utrecht. Het is een locatie waar creatieve ondernemers samen duurzaam en circulair bouwen en ondernemen. Ook komen er moestuinen, speelvoorzieningen voor kinderen en een horecavoorziening. Het Hof van Cartesius bestaat voor 90% uit hergebruikte materialen. In de eerste fase zijn werkruimtes gerealiseerd voor dertig ondernemers. Uiteindelijk zal het complex bestaan uit drie hofjes waar 75 ondernemers een werkplek hebben.

www.hofvancartesius.nl



THE GREEN HOUSE

The Green House aan de Utrechtse Croeselaan wordt een circulair paviljoen dat fungeert als restaurant, vergaderlocatie en ontmoetingsplaats. Bij de bouw is onder meer gevelbekleding gebruikt van de voormalige naastgelegen Knoopkazerne die herontwikkeld is tot rijkskantoor. Veel interieurelementen van The Green House worden in bruikleen geplaatst of geleverd naar gebruik. Het paviljoen is volledig demontabel en krijgt na vijftien jaar op een andere plek een nieuwe bestemming.

www.thegreenhouserestaurant.nl

ondervraagd. Belangrijke les: het inbrengen van circulariteit kost tijd, zowel bij de voorbereiding als in de uitvoering. Wordt die extra tijd niet ingeruimd dan bestaat het gevaar dat circulaire ambities tussen de vingers wegglijpen.

De kennis over duurzaamheid en circulariteit bij aanbieders in de grond-, weg- en waterbouw blijkt aanzienlijk. In de woning- en utiliteitsbouw daarentegen is het aantal bouwpartners dat ervaring heeft met circulair bouwen nog relatief beperkt. Gezien de huidige grote stroom traditionele opdrachten ontbreekt de economische drijfveer om vol in te zetten op circulariteit. Prikkel van opdrachtgevers en overheid zijn daarom nog onontbeerlijk.

KENNIS EN RISICO'S

Circulair bouwen vereist een andere rol van veel leden uit de bouwkolom: architecten, ontwerpers/constructeurs, leveranciers, bouwers en installateurs moeten zich kennis, een andere mindset en soms ook aanvullende vaardigheden eigen maken. Als het gaat om kennisontwikkeling is een theoretische benadering waardevol maar deze volstaat niet. Voor alle niveaus moeten opleidingen, trainingen en workshops ontwikkeld worden met veel aandacht voor de praktische aspecten.

Circulaire bouw is deels onontgonnen terrein waarbij innovaties onmisbaar zijn. Aangezien de toekomstige prestaties ervan nog niet bewezen zijn, brengen innovaties risico's met zich mee. Idealiter ontstaan daarom samenwerkingsvormen waarbij deze risico's worden gedeeld en geen belemmering vormen voor vernieuwing.

PRODUCT WORDT DIENST

Het leveren van diensten in plaats van producten – pay per use – is een interes-

sante manier om te komen tot een circulair systeem. In zo'n geval blijft de producent eigenaar; klanten betalen voor gebruik in plaats van bezit. Omdat de prestatie de waarde bepaalt, heeft de aanbieder maximaal belang bij goede kwaliteit, een lange levensduur en optimale herbruikbaarheid. Op dit moment zijn bijvoorbeeld al verlichting, liften en vloerbedekking als dienst beschikbaar. Wellicht dat ook grote elementen zoals gevels op deze manier kunnen worden afgenomen. Voorwaarde is dat het eigendom van dergelijke elementen losgekoppeld kan worden van het gebouw als geheel. Afname van een weg als dienst inclusief langjarig onderhoud biedt eveneens kansen uit oogpunt van duurzaamheid en circulariteit. Wel vereist dat aanpassingen in interne organisatie van de opdrachtgever, meestal een gemeente of andere overheid. Ook als gaat om aansprakelijkheid heeft afname van een weg als dienst implicaties.

CIRCULAIRE HUBS

Bestaande gebouwen vormen een waardevolle bron van herbruikbare elementen. Voor nieuwe gebouwen wordt steeds vaker een materialenpaspoort opgesteld. Hiermee is in de toekomst inzicht in materialen en componenten. Vooralsnog kost het echter veel tijd om geschikt donormateriaal uit gesloopte gebouwen te vinden. Er zijn amper locaties waar dit gebundeld aangeboden wordt. Belangrijke aanbeveling uit het onderzoek: richt circulaire hubs in waar herbruikbare materialen en elementen opgeslagen worden. Maak het aanbod op deze marktplaatsen digitaal toegankelijk en koppel dit aan vergelijkbare initiatieven. Zo'n circulaire hub is ook een prima plek voor jonge vakmensen om vertrouwd te raken met gebruikte bouwmaterialen.

SUCCESSEN EN VALKUILEN

We staan aan het begin van de implementatie van circulair bouwen. Lessen en aanbevelingen zoals uit het onderzoek van de Economic Board Utrecht en Alliantie Cirkelregio Utrecht naar voren komen, brengen andere circulaire initiatieven verder. Daarbij is het belangrijk dat niet alleen successen maar ook knelpunten en valkuilen aandacht krijgen. Hoe meer kennis en ervaringen worden gedeeld, hoe harder het circulaire vliegwiel gaat draaien.

Circulair bouwen is een breed begrip dat veel raakvlakken heeft met duurzaamheid. In opdracht van de gemeente Amsterdam kwam Metabolic/SGS Search tot de volgende definitie: "Het ontwerpen, construeren en slopen van een gebouw op zo'n manier dat naast het hoogwaardig inzetten en hergebruiken van materialen en een adaptief en toekomstbestendig ontwerp ook duurzaamheidsambities op het gebied van energie, water, biodiversiteit en ecosystemen worden meegenomen."

Meer informatie over circulariteit en circulair bouwen:

www.economicboardutrecht.nl
www.mvonderland.nl
www.cirkelregio-utrecht.nl
www.cirkelstad.nl
www.usi.nl

ZAKELIJK WOERDEN

LUNCH - DINEERT - VERGADERT BIJ:



Restaurant De Markies:

Koffie - Borrel

Lunch - Diner - Vergadering

Feestavond - Huwelijk

Condoleance - Partycatering

Zakelijk & Privé

van 2 tot 300 personen

Voor meer informatie zie:

www.restaurantdemarkies.nl

RESTAURANT DE MARKIES





Inschrijving Healthy Urban Office Challenge geopend

In het kader van de Healthy Urban Office Challenge (HUOC) gaan de regio's Utrecht en Amersfoort in 2018 opnieuw op zoek naar de meest inspirerende projecten op weg naar groene, gezonde en slimme kantoren. Inschrijven kan tot en met 11 april. Warmtebouw was in 2017 winnaar van de eerste Healthy Urban Office Challenge. De bokaal staat bij de receptie. "We gebruiken de prijs bijvoorbeeld als extra plus in onze promotieactiviteiten," zegt directeur Herman Schiltkamp. De challenge leverde het familiebedrijf ook nieuwe samenwerkingspartners en veel extra kennis op. De inzendingen worden beoordeeld aan de hand van zeven criteria: Energie, Circulair, Mobiliteit, Gezondheid, Groen, Slim en Borging in de organisatie. De winnaar ontvangt naast publiciteit en een trofee net als vorig jaar een prijzenpakket met producten en diensten die helpen de duurzaamheidsambities verder te realiseren. Initiatiefnemers van de challenge zijn de provincie Utrecht, gemeente Utrecht, gemeente Amersfoort en de Economic Board Utrecht.

Meer informatie is te vinden via www.economicboardutrecht.nl/huoc.



Foto: Jeroen Musch

BILT: UNIEKE, DUURZAME EN CIRCULAIRE WOONOPLOSSING VOOR IEDEREEN

Door de modulaire opzet van het bouwsysteem speelt BILT in op veranderende woonwensen. "Groter, kleiner of een gewijzigde indeling; het is geen enkel probleem," benadrukt Bart de Haan, medeoprichter en eigenaar van BILT. Het BILT-systeem is circulair. "Daar wordt veel over gepraat maar wij maken het waar."

Basis voor BILT lag bij de verwondering van de Utrechtse architect Hans Sluijmer over de prototypische benadering van bouwprojecten. Die zorgt voor een matige kwaliteit, hoge faalkosten en veel afval. Dat moest anders, vond Sluijmer. Met een team experts ontwikkelde hij een hoogwaardig modulair bouwconcept dat leidt tot een systematische benadering van bouwen. "Dit prefab systeem garandeert beheersbare kwaliteit en een extreem korte bouwtijd. In zes weken staat er een complete woning, inclusief afgewerkte wanden en vloeren."

DUURZAAM EN ONDERHOUDSVRIJ

De bouwvergunning voor de modelwoning kostte veel tijd maar de vasthoudendheid van BILT werd beloond. Op het Kubuseiland in Leidsche Rijn kan iedereen het innovatieve bouwsysteem in de praktijk ervaren. "Gevelafwerking, buiten- en binnenwandsysteem zijn door BILT zelf ontwikkeld. De

overige componenten worden betrokken bij zorgvuldig geselecteerde partners. De woning is optimaal geïsoleerd en all electric. Er wordt meer energie opgewekt dan verbruikt. Installaties zijn eenvoudig aan te passen aan nieuwe ontwikkelingen op het gebied van duurzaamheid. En door de materiaalkeuze is de woning nagenoeg onderhoudsvrij."

ONEINDIGE LEVENSDUUR

De BILT-woning is circulair. "De levensduur is oneindig. Er worden alleen recyclebare, niet-schaarse grondstoffen gebruikt zoals gerecycled aluminium en FSC-hout. Ook ontstaat nauwelijks afval." De woning is in zijn geheel herbruikbaar. "Na demontage kan deze elders opgebouwd worden, inclusief fundering."

ONE-STOP SHOP

Met BILT hebben opdrachtgevers één aanspreekpunt voor het complete bouwtraject. "Van ontwerp en vergunningaanvraag tot bouwbegeleiding, oplevering en nazorg. Als het gaat om kosten en planning is het proces volledig transparant." Met de modelwoning als markant visitekaartje is BILT druk bezig om het innovatieve bouwconcept meer bekendheid te geven. "Graag brengen we ons enthousiasme over op ontwikkelaars, investeerders en particuliere eigenaren."

Meer informatie: www.bilt.info

Rudolf Bak: "De vastgoedsector ziet de overheid het liefst in een faciliterende rol, mét een duidelijke visie."

18

GROTE REGIONALE VERSCHILLEN OP KANTORENMARKT

'MEER REGIE VAN BOVENAF IS DRINGEND GEWENST'

Als dataleverancier en marktanalist is Rudolf Bak een vaste waarde voor de Nederlandse vastgoedsector. Zijn heilige graal bestaat uit een database met alle objecten, mutaties en transacties. Deze gegevens vormen een feitelijke basis voor inzicht in actuele en toekomstige ontwikkelingen. "Trends zijn goed te duiden maar het gebrek aan transparantie maakt het kwantificeren ervan lastig."

TEKST: HANS HAJÉE FOTOGRAFIE: ROLF VAN KOPPEN

Rudolf Bak heeft ruim dertig jaar ervaring als marktonderzoeker. Hij was werkzaam bij make-lars, een vastgoedbelegger en onderzoeksbureau. Negen jaar geleden vestigde hij zich als zelfstandig analist en adviseur. Onder meer stelt Bak voor NVM Business jaarlijks Kantoren in Cijfers op, een uitgave vol statistische gegevens over de Nederlandse kantorenmarkt.

VELDWERK

Bak beschikt over een bestand met alle Nederlandse kantoorgebouwen. Deze database is in tientallen jaren opgebouwd en wordt continu geactualiseerd. "Zijn er tegenwoordig tal van digitale bronnen, vroeger was het letterlijk veldwerk. Ik heb talloze ritten door Nederland gemaakt om te kijken wat nieuw werd gebouwd." Naast kantoren brengt Bak bedrijfspanden, logistiek vastgoed, winkels, winkelcentra, hotels en woningcomplexen in kaart. Hij registreert wat gesloopt wordt of een andere bestemming krijgt. Ook beleggingstransacties worden gemonitord.

NAAR EER EN GEWETEN

Ondanks alle beschikbare informatie is de transparantie in de vastgoedmarkt volgens Bak zeker niet toegenomen. "Er zijn veel gegevens maar de kwaliteit ervan laat te wensen over. Zo zijn de werkelijke huurprijzen lang niet altijd bekend. Ook over het behaalde rendement zijn partijen terughoudend. Dat bemoeilijkt een exacte analyse, met name voor taxateurs." Het gebrek aan transparantie maakt ook Baks werk er niet eenvoudiger op. "Trends zijn goed te duiden maar het kwantificeren ervan is lastig. Dat neemt niet weg dat ik naar eer en geweten een bijdrage lever aan het noodzakelijke inzicht in de markt."

SPEKKOPERS EN SCHAARS AANBOD

Over 2017 inventariseerde Bak een opname van 1,13 miljoen m² kantoorruimte. Het betreft hier de vrije markt, exclusief eigen bouw. "Het jaar daarvoor was het een fractie meer. De totale leegstand daalde verder, van 7,6 naar 6,7 miljoen m²." Door de hoge opname en het dalende aanbod ligt een stijging van de huurprijs in de lijn der verwachting. "Gemiddeld is dat echter amper het geval. Belangrijke kanttekening daarbij: landelijk zijn er grote verschillen in animo, opname en prijs. In Noord-Nederland is de leegstand nog altijd fors. Wil je daar huren dan ben je spekkoper. In Amsterdam daarentegen is kwalitatief aanbod zeer schaars; dat uit zich in hogere huurprijzen."

ROEPEN IN DE WOESTIJN

Al jaren geleden waarschuwde Bak voor een dreigend tekort aan hoogwaardige kantoorruimte op gewilde locaties. "Als men dan wees op de enorme leegstand voelde ik me vaak een roepende in de woestijn. Veel aanbod is echter sterk verouderd. Het voldoet niet aan de actuele eisen of ligt op een verkeerde locatie. Renoveren is lang niet altijd rendabel, bijvoorbeeld door een ongunstige indeling. En de afgelopen jaren is amper nieuw gebouwd. Nu de economie aantrekt, ontstaat op sommige plaatsen een tekort." De markt vraagt om meer dynamiek. "Zo hanteert Amsterdam een limiet van twee gebouwen per jaar. Dat is te restrictief en belemmert een gezonde situatie."

LAAGHANGEND FRUIT RAAKT OP

Herbestemming heeft sterk bijgedragen aan een daling van de leegstand. "Onder meer steden als Nieuwegein en Eindhoven zijn hier zeer succesvol mee. Vorig jaar werd in Nederland zo'n 930.000 m² aan de voorraad onttrokken door sloop maar vooral herbestemming, meestal als woonruimte." In 2016 was dat nog 1,2 miljoen m². "Al blijft de vraag naar woningen groot, kantoren worden steeds duurder. Dit maakt herbestemming minder snel rendabel. Daarbij komt dat het laaghangend fruit – gebouwen die door ligging en indeling relatief eenvoudig om te vormen zijn tot woningen – langzamerhand opraaft. Soms is sloop en nieuwbouw een optie. Bijvoorbeeld in Diemen en Hoofddorp gebeurt dit grootschalig."

15 MILJARD EURO

In de zoektocht naar rendement zijn 'stenen' zeer populair. "Bij directe beleggingen in commercieel en niet-commercieel vastgoed ging het vorig jaar om 15 miljard euro," weet Bak. Een enorm bedrag. "Na jarenlange terughoudendheid beginnen ook Nederlandse partijen zich weer te roeren. De markt wordt echter gedomineerd door buitenlandse beleggers, vooral uit Duitsland en de Angelsaksische landen. Door het grote animo stijgen de prijzen snel. Bij sommige transacties heb ik de indruk dat teveel risico wordt genomen. Kanttekening is wel dat minder zwaar wordt gefinancierd dan in het verleden. Wijs geworden door de crisis zijn financiers terughoudender en ligt de loan to value lager. Beleggers zijn daardoor minder kwetsbaar dan voorheen."

ZURE APPEL

In 2023 moeten alle kantoren verplicht beschikken over minimaal Energielabel C. Bak verwacht dat deze overheidsmaatregel veel impact zal hebben. "Voor kantoren op gewilde locaties zijn de benodigde investeringen prima op te brengen. Maar wat zijn de gevolgen voor verouderde kantoren in krimpgebieden die al jarenlang leegstaan? De eigenaar moet extra investeren maar het is allesbehalve zeker dat zich binnen afzienbare termijn een huurder aandient." Bij kansarme kantoren kan de verplichte verduurzaming een beslissing forceren: investeren, slopen of afstoten. "Eigenaren moeten door de zure appel heen bijten." Leeft het verplichte energielabel C al? "Ik heb de indruk dat veel partijen de kwestie voor zich uitschuiven. Niet verstandig, want ook financiers zoals banken gaan druk uitoefenen. Herfinanciering van kantoren die niet over het vereiste label beschikken, is straks niet meer mogelijk."

BOTSENDE CULTUREN

Bak constateert een moeizame relatie tussen overheden en de vastgoedsector. "Culturen botsen regelmatig. Mede door de vastgoedaffaires kijken overheden vaak met terughoudendheid en wantrouwen naar de sector. Wellicht deels begrijpelijk, maar het is contraproductief. Veel gemeenten willen bepaalde zaken afdwingen. Soms ligt hieraan wensdenken ten grondslag, bijvoorbeeld bij het restrictieve nieuwbouwbeleid in Amsterdam. De vastgoedsector ziet de overheid het liefst in een faciliterende rol, mét een duidelijke visie." In dat verband pleit Bak voor meer centrale regie. "Ruimtelijke ordening is gedecentraliseerd naar provincies en gemeenten. Een overall beleid, een nationaal plan voor de ruimte ontbreekt. Jammer, want de afstemming tussen gemeenten en provincies is niet altijd optimaal. Als gevolg van de crisis zijn veel woningbouwplannen geschrapt. Het kost tijd om deze procedureel weer in gang te zetten. En als de woningen straks op de markt komen, kan het goed zijn dat we alweer in een andere fase van de cyclus zitten. Om slagvaardiger te kunnen opereren, is meer regie van bovenaf dringend gewenst."



Pay per lux van Philips, hier bij architectenbureau RAU in Amsterdam

Foto Philips Lighting/Rens van Mierlo

ALLES WORDT ANDERS IN DE CIRCULAIRE ECONOMIE

VAN BEZIT NAAR GEBRUIK

Gaan we door op de huidige lineaire weg dan raken grondstoffen onherroepelijk uitgeput. Vroeg of laat leidt dat tot grote problemen. Om die vóór te zijn, is de omslag nodig naar een circulaire economie. Betalen voor gebruik in plaats van bezit kan daar in belangrijke mate aan bijdragen. De financiële prikkel ligt dan bij de partij die de meeste invloed heeft op productiewijze, energiezuinigheid en levensduur.

TEKST HANS HAJÉE

Niet langer gebruikte producten worden veelal vernietigd. De grondstoffen waaruit ze bestaan zijn dan voor altijd verdwenen; verbrand of onder de grond gestopt. Zeker, steeds meer afval wordt gescheiden en gerecycled. Daardoor neemt de verspilling af. Toch is de impact beperkt omdat bij de productie geen rekening is gehouden met het opnieuw gebruiken van grondstoffen. Vaak is *downcycling* het hoogst haalbare; minderwaardig hergebruik ten opzichte van de oorspronkelijke functie. Opnieuw gebruiken in dezelfde toestand – *upcycling* – is veelal technisch niet mogelijk of financieel niet rendabel.

CIRCULAIRE PRINCIPES

Om verandering te brengen in het vertrouwde lineaire systeem van produceren, gebruiken en weggooien moeten processen fundamenteel veranderen. Bijvoorbeeld door producten zo te ontwerpen dat maximaal hergebruik mogelijk

is. Grondstof moet zoveel mogelijk waarde behouden, afval wordt tot een minimum beperkt. Op haar site schetst MVO-Nederland een aantal principes van de circulaire economie:

- Waardebehoud wordt gemaximaliseerd door eerst te kijken naar producthergebruik, vervolgens hergebruik van onderdelen en als laatste hergebruik van grondstoffen.
- Producten worden zo ontworpen en gemaakt dat deze aan het eind van de gebruiksfase makkelijk demontabel zijn en materiaalstromen eenvoudig gescheiden kunnen worden.
- Tijdens productie, gebruik en verwerking van het product worden geen schadelijke stoffen uitgestoten.
- Onderdelen en grondstoffen van gebruiksproducten (zoals een lamp) worden hergebruikt zonder kwaliteitsverlies (in een nieuwe lamp of bijvoorbeeld in een nieuwe laptop).

- De grondstoffen van verbruiksproducten (zoals tandpasta) zijn biologisch afbreekbaar en worden (na eventuele onttrekking van nog waardevolle grondstoffen) teruggegeven aan de natuur.

- Producenten behouden het eigendom van gebruiksproducten, klanten betalen voor het gebruik en niet voor het bezit. Een andere mogelijkheid is dat de producent het product terugkoopt aan het einde van de levensduur.
- Omdat de prestatie van het product de waarde bepaalt, wordt het leveren van de juiste kwaliteit extreem belangrijk voor de producent.

EEUWIG BRANDENDE GLOEILAMP

Bezit en gebruik spelen een essentiële rol bij de transitie naar een circulaire economie. Architect Thomas Rau is een van de belangrijkste voorvechters van het circulaire gedachtegoed. In zowel de Tegenlicht-uitzending Einde van bezit als in zijn boek *Material Matters*

beschrijft hij een gloeilamp in een Amerikaanse brandweergarage die al meer dan honderd jaar brandt. Deze kwaliteit was dus een eeuw geleden haalbaar. Fabrikanten hadden echter al snel door dat dit businessmodel een doodlopende weg was. Dus spraken zij af – keurig schriftelijk vastgelegd – dat iedereen het aantal branduren zou beperken tot 1.000. Wie toch lampen maakte die langer meegingen, kreeg een boete. De afgelopen eeuw zijn dus vele miljoenen lampen geproduceerd, gebruikt en vernietigd zonder echte noodzaak en nut; anders dan de winst van de makers.

HAND IN EIGEN BOEZEM

Wat voor lampen geldt, is ongetwijfeld op meer producten van toepassing. Een eerste reactie is wellicht verontwaardiging. Maar kun je het fabrikanten kwalijk nemen? Als hun producten vrijwel onbeperkt meegaan, wat blijft dan over van het verdienmodel? Daar komt bij dat ook consumenten de hand in eigen boezem moeten steken. Wasmachines en koelkasten moeten het zo lang blijven doen. Maar hoe anders is het bij jongeren en mobieltjes, mannen en gadgets, vrouwen en schoenen... Al is het einde van de levensduur geenszins in zicht, en masse wordt telkens weer een nieuwere versie gekocht. Uitgekiende marketing houdt dit systeem in stand en ook groepsdruk speelt een rol. Talloze producten worden aangeschaft en weer weggegooid zonder enige technische – de oude is kapot, een nieuwe significant beter – of economische – goedkoper in gebruik – noodzaak.

PAY PER LUX

De prikkel verandert fundamenteel wanneer een afnemer niet betaalt voor bezit maar voor gebruik. Eerdergenoemde Thomas Rau initieerde daarbij een doorbraak. Op Schiphol werd Philips getriggerd met het verzoek geen armaturen te leveren maar licht met een vooraf omschreven kwaliteit – *pay per lux*. De producent blijft eigenaar van de hardware, de luchthaven betaalt alleen voor de levering van licht. De aanvankelijk aangeboden hoeveelheid lampen bleek nog fors te kunnen worden beperkt toen Philips duidelijk werd gemaakt dat ook het energieverbruik voor hun rekening zou komen. Deze benadering betekent eveneens dat het voor de leverancier aantrekkelijk wordt om in de toekomst aanpassingen door te voeren die het energieverbruik terugdringen. Daar heeft Philips immers zelf financieel baat bij.

EEN LIFT MINDER

Ander voorbeeld van de impact van *pay per use* is te zien in Circl. Dit paviljoen van ABN Amro bevat tal van circulaire elementen en

innovaties. Zo is de lift in het gebouw aan de Zuidas geen eigendom maar wordt er afgerekend per liftbeweging. Dat leidde ertoe dat fabrikant Mitsubishi adviseerde om in plaats van de aanvankelijk geplande twee liften er maar één te realiseren. Volgens Mitsubishi was dat voldoende om het aantal gebruikers te vervoeren. Dat een fabrikant in de traditionele situatie een dergelijke suggestie zou doen en nee zou zeggen tegen deze extra omzet, lijkt hoogst onwaarschijnlijk. Door het verdienmodel af te stemmen op het werkelijke gebruik wordt in dit geval een lift minder geproduceerd. Er zijn dus minder grondstoffen nodig. Ook de milieubelasting door uitstoot tijdens productie en transport neemt af.

PROOF OF THE PUDDING

Als een product eigendom blijft van de fabrikant ontvangt deze bij levering geen bedrag ineens. De klant betaalt een groot aantal kleinere bedragen, verspreid over een lange periode. Maar *the proof of the pudding is in the eating*. Dus als de prestaties goed zijn en een aanbieder beheerst zijn processen optimaal dan is zeker kans op een hogere opbrengst dan in de oude situatie. Dit innovatieve businessmodel vereist wel een cruciale verandering van de financieringsstructuur. Daarbij worden aspecten belangrijk als het onderliggende contract en de lange termijn-kredietwaardigheid van afnemers. Financiers moeten nieuwe kennis vergaren en zich baseren op andere zekerheden.

GEVELS LEASEN

Ook juridische randvoorwaarden spelen een rol. Bijvoorbeeld wanneer gebouwonderdelen als een dienst worden aangeboden. Het eigendom daarvan moet dan los kunnen staan van het gehele object. Het leasen van gevels leek

juridisch lang niet mogelijk omdat deze integraal onderdeel uitmaken van een gebouw. De brancheorganisatie voor gevelbouwers VMRG ontwikkelde echter samen met advocatenkantoor Houthoff een overeenkomst op basis van erfpacht die het leasen van gevels mogelijk maakt. De eerste overeenkomst in deze vorm is getekend voor een pilotproject op de Eneco EnergyCampus in Utrecht.

HEILIGE GRAAL?

Is gebruik in plaats van bezit inderdaad de heilige graal op weg naar een circulaire economie? Dat de potentiële bijdrage groot is, staat buiten kijf. De financiële prikkel ligt immers bij de partij die de meeste invloed heeft op productiewijze, energiezuinigheid en levensduur. Maar om de impact van *pay per use* ten volle te benutten, is het essentieel dat grondstoffen maximaal kunnen worden hergebruikt. Het is echter vaak goedkoper om minder hoogwaardig te recyclen of producten te vernietigen. Ook ligt het recyclemoment soms ver in de toekomst. Dat maakt het simpelweg onmogelijk om nu al met zekerheid te stellen dat hergebruik ook werkelijk zal plaatsvinden en zo ja, in welke vorm.

CIRCULAIR SAUSJE

Het borgen van deze laatste schakel van circulariteit is dus vaak onzeker. Het vormt echter wel een essentieel element bij het daadwerkelijk sluiten van de kringloop. Een belangrijk aandachtspunt, zeker nu steeds meer aanbieders de markt van *pay per use* betreden. Soms gaat het om verkapte leaseconstructies met een circulair sausje. Wees daarom kritisch. Heeft iets echte toegevoegde waarde of wordt circulariteit vooral gebruikt als marketingterm?





KLAAR VOOR MEER BUSINESS? START MET BEREIKBAARHEID

Iedereen in het zakenleven zal dit volmondig beamen. Is het dan niet verbazingwekkend hoe slecht veel werknemers en organisaties bereikbaar zijn? Juist nu de technologie vrijwel eindeloze mogelijkheden biedt, groeit de ergernis over personen en instanties die slecht of niet bereikbaar zijn.

BERT NOTEBOOM, DIRECTEUR LAGARDE GROEP

STEEDS MEER COMMUNICATIESTROMEN

Klanten gebruiken steeds meer kanalen om in contact te komen met een organisatie. Denk aan een telefoongesprek, een e-mail, berichten via WhatsApp, live-chat op een website of de chatfunctie op Facebook. Hoe zorg je ervoor dat je grip houdt op al deze communicatiestromen? In deze blog wil ik laten zien welke mogelijkheden er zijn om communicatie goed in te richten.

CONTACT CENTER SOFTWARE

Contact Center Software: alle functionaliteiten van een professioneel callcenter toegepast in jouw telefooncentrale. Wellicht denk je nu: 'onhaalbaar voor mijn organisatie'. Niets is minder waar. Deze oplossing is beschikbaar voor kleine bedrijven met 5 medewerkers

tot grote organisaties met meer dan 100.000 medewerkers. Met behulp van deze software centraliseer je alle communicatiestromen en bepaal je wat je aan welke medewerker 'aanbiedt'. Wel zo efficiënt, al je klantcontact binnen één platform.

BIG DATA BIEDT KANSEN

Door communicatie onderling en met klanten beschikt iedere organisatie over enorm veel data. Door de koppeling van de software aan het telefoonsysteem worden allerlei gegevens verzameld. Wie voeren wanneer de telefoongesprekken, wat is de wachttijd, hoelang duurt een gesprek en wat is de kwaliteit?

Al deze data wordt door middel van een dashboard visueel inzichtelijk gemaakt.

Dit inzicht geeft je bedrijf de kans om een optimalisatieslag te maken op het gebied van communicatie.

KLAAR VOOR MEER GRIP OP COMMUNICATIE?

Steeds meer bedrijven zetten slimme software in om hun bereikbaarheid te optimaliseren. Met als resultaat betere functionaliteiten, meer inzicht en meer grip op de communicatie. Mooie ontwikkelingen! Is jouw organisatie klaar voor het optimaliseren van bereikbaarheid?

Download het e-book over grip op communicatie op www.lagarde.nl/beterbereikbaar.



ONTSLAG WEGENS DISFUNCTIONEREN: WERKNEMERS (MEDE)VERANTWOORDELIJK VOOR OPSTELLEN VERBETERPLAN

In 2017 oordeelde Rechtbank Midden-Nederland dat een werkgever in bepaalde omstandigheden van een disfunctionerende werknemer kan en mag verwachten dat hij zelf een verbeterplan opstelt. Indien de werknemer dit nalaat riskeert hij ontslag.

MR. EMMA VAN DIJK - VAN BENTHEM & KEULEN ADVOCATEN & NOTARIAAT - E-MAIL: EMMAVANDIJK@VBK.NL - TELEFOON: +31 30 259 55 39

BELANG VAN HET VERBETERPLAN

Het verbetertraject, met daarin een verbeterplan, is noodzakelijk, ook als de werkgever verwacht dat de werknemer niet in staat is om zijn functioneren te verbeteren. Als een werknemer geen of onvoldoende gelegenheid heeft gekregen om zijn functioneren te verbeteren, zal een verzoek om ontbinding van zijn arbeidsovereenkomst via de rechter in beginsel niet slagen.

WAT SPEELDE ER IN DEZE ZAAK?

Een managing consultant functioneerde volgens de werkgever al een lange periode niet naar behoren. Haar gebrek aan zelfreflectie en onvermogen om te gaan met feedback, tezamen met slechte verkoopresultaten, waren voor de werkgever een reden om na meerdere onvoldoende beoordelingen een verbetertraject te starten. De werkgever gaf aan de hand van concrete feedback aan dat er twee verbeterpunten waren: de kwaliteit van haar werk en de manier van samenwerking en communicatie met collega's. Daarnaast gaf de werkgever aan welke competenties, behorende tot de functie managing consultant, verbetering behoeften. Aan de hand van de gegeven feedback

vroeg de werkgever de werknemster een verbeterplan met concrete doelen op te stellen. De werkgever vond het door de werknemster opgestelde plan onvoldoende omdat geen van de verbeterpunten in haar plan naar voren kwamen. Het verbetertraject kwam niet van de grond en de werkgever startte een ontslagprocedure.

OORDEEL RECHTBANK

De rechter erkent dat de werknemster herhaaldelijk op haar houding en gedrag is aangesproken en dat zij voldoende tijd en gelegenheid heeft gekregen om haar functioneren te verbeteren. Daarnaast beschikt zij over onvoldoende vaardigheden om haar functie naar behoren te vervullen en is zij niet in staat gebleken om zich die vaardigheden in de loop der jaren eigen te maken. Voor wat betreft het verbeterplan wordt een grote verantwoordelijkheid bij de werknemster gelegd. Gelet op haar functieniveau en werkervaring mag worden verwacht dat zij met de ontvangen feedback in staat is zelf een verbeterplan op te stellen. Uit dit plan moet dan blijken dat ze begrijpt en erkent dat verbetering noodzakelijk is. De rechter stelt de werkgever in het gelijk en

ontbindt de arbeidsovereenkomst op grond van disfunctioneren.

GEDEELDE VERANTWOORDELIJKHEID

Een werknemer bij het verbeterplan betrekken is vereist en wenselijk. Het zet de werknemer immers aan tot nadenken. Deze uitspraak laat zien dat ook een werknemer verantwoordelijk kan zijn voor het opstellen van een verbeterplan. Let wel: de rechter heeft geoordeeld dat dit slechts in bepaalde situaties aan de orde is. Het blijft belangrijk om als werkgever ook een actieve houding aan te nemen. Een werkgever dient een werknemer namelijk in voldoende mate in de gelegenheid te hebben gesteld zijn functioneren te verbeteren en de ongeschiktheid mag niet het gevolg zijn van onvoldoende zorg van de werkgever. De lat voor ontslag wegens disfunctioneren ligt bovendien hoog. Indien de werkgever van mening is dat de werknemer, gezien functieniveau en werkervaring, zelf in staat moet zijn het plan op te stellen, is het van belang dat de werknemer van concrete feedback wordt voorzien. De werknemer moet immers voldoende handvaten hebben om het plan vorm te geven.



Kop & Schouders

promotiepartner van formaat

KOP & SCHOULDERS MIDDEN NEDERLAND; NET DAT BEETJE MEER!

Promotionele artikelen bestellen. Het klinkt eenvoudiger dan het is.
Hoe maak je de juiste, passende en originele keuze?

ZOEK JE PROMOTIONELE ARTIKELEN | GIVEAWAYS BEDRIJFSKLEDING | MERCHANDISE | FULFILMENT KERSTGESCHENKEN | EINDEJAARSGESCHENKEN IETS?



Meerwaarde

Kop & Schouders Midden Nederland is creatief, denkt mee en adviseert over een oplossing die past bij de doelstelling, de doelgroep, de boodschap en het budget. Onze jarenlange ervaring op het gebied van marketing, communicatie, eventmanagement en fieldmarketing, zorgt voor een brede marktkennis. We weten wat er speelt, waar de uitdagingen en kansen liggen en hoe we middelen op de juiste manier kunnen inzetten. Zo bieden we altijd *nét* dat beetje meer.

Midden Nederland

Van Utrecht tot Veenendaal, van Abcoude tot Vianen; Kop & Schouders Midden Nederland is dé partner op het gebied van *premiums, give-aways, gadgets, relatiegeschenken, merchandise, promotioneel textiel en (kerst)pakketten*. Ook kunnen uw promotionele activiteiten persoonlijk worden ondersteund met behulp van fieldmarketing.

Kop & Schouders

Kop & Schouders Midden Nederland is het dynamische en veelzijdige regiokantoor van Kop & Schouders in de Provincie Utrecht. Met bijna 20 jaar ervaring is Kop & Schouders een professionele en betrouwbare partner van promotionele artikelen voor de zakelijke markt. We beschikken over ruim 50.000 originele en voordelige artikelen die we razendsnel kunnen leveren; bedrukt of onbedrukt. Naast een uitgebreid assortiment kunnen we middels ons eigen verkoopkantoor in China ook custom made artikelen produceren.

Laat u adviseren en verrassen door ons ervaren en creatieve team!

Jeroen Sölner

Directeur
Regiokantoor Midden Nederland



KOP & SCHOULDERS MIDDEN-NEDERLAND

Alendorperweg 115 | 3544 MM Utrecht

06-22 07 21 03 | jeroen@kopenschouders.nl

www.kopenschouders.nl

www.linkedin.com/in/jeroensolner/

facebook.com/kopenschoudersmiddennederland

TOPLOCATIES



**Mariënhof
Amersfoort**

Een onbeschrijfelijk
stadsklooster met
hart en ziel

- ✓ Congressen
- ✓ Vergaderingen
- ✓ Evenementen
- ✓ Unieke concepten
- ✓ En meer..

WWW.MARIENHOF.NL




CONFERENTIEHOTEL
KONTAKT DER KONTINENTEN

CONFERENTIES | HOTEL | EVENEMENTEN

www.kontaktdercontinenten.nl - Soesterberg



**Muntgebouw
Utrecht**

Een uniek monument en
letterlijk een locatie
van *waarde*

- ✓ Congressen
- ✓ Vergaderingen
- ✓ Evenementen
- ✓ Unieke concepten
- ✓ En meer..

WWW.MUNTGEBOUW-UTRECHT.NL




RESTAURANT
T'WAPEN VAN HAARZUYLEN

Lunch | Buffet | Diner | Vergadering
High- Tea | Barbecue | Feest | Receptie

Brink 2 | 3455 SE Haarzuylens | Tel: 030-6771998
www.wapenvanhaarzuylens.nl

www.woudschoten.nl

nice to meet

 **Woudschoten**
HOTEL & CONFERENTIECENTRUM

IN UTRECHT

Wim de Graaf (l) en Eric Klomp (r) zijn werkzaam bij Entris in Ede en ondersteunen ondernemers onder andere bij databeveiliging.

CYBERCRIME

ONZICHTBAAR GEVAAR VOOR ICT-OMGEVING

Volgens Symantec werden vorig jaar 3,4 miljoen Nederlanders slachtoffer van cybercrime. Ze raakten in totaal 1,3 miljard euro kwijt. Vallei Business stelde Eric Klomp (operationsmanager) en Wim de Graaf (salesmanager), beiden werkzaam bij ICT-specialist Entris in Ede, een aantal prangende vragen over het onzichtbare gevaar voor de ICT-omgeving. Entris is onderdeel van Lagarde Groep, bestaande uit Lagarde, Entris, Blankestijn Beveiliging, Escron en Excellis.

WAT IS DE GROOTSTE MISVATTING OVER DE BESCHERMING TEGEN CYBERCRIMINALITEIT?

Klomp: "Bij organisaties wordt er vaak vanuit gegaan dat SAAS omgevingen zoals Microsoft Office 365, Google G-suite (en anderen), allemaal standaard goed beveiligd zijn en er geen maatregelen nodig zijn om hier beveiliging toe te voegen. Dit is een grote misvatting: Een publieke cloud oplossing is niet automatisch heel sterk beveiligd. Natuurlijk zijn er bij de grote cloud providers sterk ingeregelde firewalls aanwezig die veel verkeer niet toestaan, echter zodra je een server in bijvoorbeeld Azure aanschakelt dan weet je dat je direct wordt aangevallen. Als het gebruikersbeheer dan niet goed geregeld is (bijvoorbeeld met een eenvoudig wachtwoord en geen multi-factor authenticatie), dan komen de cybercriminelen alsnog eenvoudig binnen zonder dat iemand dit in de monitoring ziet (het is gewoon een gebruikersaccount wat dan binnenkomt en dat wordt toegestaan)."

DUS GAAT HET IN DE PRAKTIJK VAAK MIS BIJ ONDERNEMERS?

Klomp: "Het risico voor de Nederlandse mkb'ers is erg groot. Voorbeelden hiervan hebben we genoeg gezien. Iedereen is verzekerd tegen brand (verplicht voor hypotheek), maar bij cybercriminaliteit is het anders: het is een onzichtbare dreiging: de mkb'ers verwachten dat het niet bij de mkb'ers zelf zal plaatsvinden, dus hoeven hier niets aan te doen: het is onzichtbaar. Het probleem hoeft niet groot te zijn, als de voorbereidende maatregelen maar voldoende zijn om aanvallen af te weren of als er dan toch een aanval door komt, de data beveiliging goed geregeld is middels back-ups (of versions). De Graaf: "En daar zit wel een knelpunt. Als de kans nihil wordt ingeschat is men niet altijd bereid preventief te investeren in beveiliging."

OP WELKE MANIER HELPT ENTRIS BIJ DATABEVEILIGING VAN ONDERNEMINGEN?

Klomp: "Entris helpt ondernemingen bij de databeveiliging door diverse technische maatregelen, echter mist vaak een stuk awareness bij de gebruikers. De gebruikers zijn regelmatig de zwakste schakel in het geheel, waardoor de technische maatregelen nog zo goed kunnen zijn, maar de cybercrimineel door de beveiliging heen wordt gebracht door de gebruikers zelf. Entris ondersteunt de bedrijven door technisch en organisatorisch te kijken naar de getroffen en te treffen maatregelen. Entris kan tevens een awareness sessie organiseren, waarbij met voorbeelden wordt getoond hoe eenvoudig het kan zijn dat cybercriminelen toegang

'HET ACHTERLOPEN OP UPDATES IS VRAGEN OM MOEILIKHEDEN'

krijgen. Naast deze maatregelen zorgt Entris voor de databeveiliging in de vorm van rechten instelling (gebruikers alleen rechten geven op delen waar ze rechten moeten hebben) maar ook door toetsing van het beveiligingsbeleid (jaarlijks) volgens onze ISAE3402 Type II norm: jaarlijkse controle van het beveiligingsbeleid."

ENTRIS KAN EEN INTERNE SCAN MAKEN, WAT HOUDT DEZE SCAN PRECIËS IN?

Klomp: "De interne scan zorgt ervoor dat er inzicht komt in de technische staat van de beveiliging. Dit gaat zowel van binnen-uit als van buitenaf. Naast deze technische scan houden we interviews (niet alleen met de ICT manager, maar zeker ook met gebruikers) om te reviewen waar de beveiliging staat in ons opgestelde security framework. In het eindrapport komen adviezen vanuit Entris: wat te doen om op een hoger security niveau te komen. De scan verkent niet alleen het netwerk, maar ook de Active Directory en voert een zogenaamde 'best practice'-scan uit, waaruit moet blijken of geen 'gaten' in onder andere het security beleid van Active Directory zitten. Dit wordt uiteindelijk naast de interviews gelegd, ter controle of wat gezegd wordt ook is ingeregeld (hier zit soms nog wel een verschil in). De Graaf vult aan: "Het voordeel van deze aanpak is dat de klant inzichtelijk heeft waar hij staat. Hij maakt zelf de beslissing welke stappen ook daadwerkelijk worden uitgevoerd."

ZIJN ONDERNEMERS VAAK VERBAASD OVER DE UITKOMST?

Klomp: "Bij een groot aantal van onze klanten wordt regelmatig een security scan gehouden. Een groot aantal mkb'ers weten wel dat er security risico's zijn, echter voordat er actie ondernomen wordt kan het soms al te laat zijn. Omdat het onzichtbare dreiging is, is het erg lastig om mkb'ers te overtuigen dat er daadwerkelijk risico's zijn. Dreigingen komen regelmatig uit verschillende hoeken, waardoor het voor ondernemers vaak lastig is om altijd op tijd de juiste maatregelen te nemen. We zien de laatste tijd dat er bijvoorbeeld Microsoft Office 365 accounts worden overgenomen (via phishing-methode). "Als cybercriminelen toeslaan is er vaak al wat aan vooraf gegaan", voegt De Graaf toe. "Het is dan ook niet altijd toereikend om de backup van een week eerder terug te zetten. De infiltratie kan al maanden eerder in gang zijn gezet."

IS DATABEVEILIGING ALLEEN VOLDOENDE OM JE GEGEVENS TE BESCHERMEN?

Klomp: "Natuurlijk zijn de databeveiligingsmaatregelen noodzakelijk om de zaken goed af te scherpen (lees brandverzekering is afgesloten), maar de awareness is een factor die nog veel belangrijker is. Als je een brandverzekering hebt afgesloten ben je niet verzekerd tegen het feit dat er nooit brand uit breekt. Dat moet je dan nog zelf voorkomen (je gaat geen vuurkorf in de woonkamer branden). Dit geldt ook voor beveiliging: Je account kent een complex wachtwoord met relatief veel karakters (liefst rond de 12) en je gebruikt two-factor authentication om in te loggen (een account, een wachtwoord en een apparaat waar een code op wordt gegenereerd zoals bijvoorbeeld je telefoon). Zodra gebruikers zien hoe eenvoudig het is om schade aan te richten zodra het account bekend is, wordt de awareness groter. Dit zijn sessies die we bij Entris graag organiseren en laten zien."

IS HET OPZIJ ZETTEN VAN DE PRIVACY VAN MEDEWERKERS DE OPLOSSING IN DE STRIJD TEGEN CYBERCRIMINALITEIT?

Klomp: "Er blijft altijd een strijd tussen privacy en cybercriminelen. De vraagstelling die hier staat is een hele lastige en is meer een morele keuze. De privacywetgeving gaat hierbij de medewerkers al enigszins beschermen. Ik ben van mening dat cybercriminelen moeten worden gestopt, ook als dit ten koste gaat van de privacy van de medewerkers. De schade door cybercriminelen kan zo groot zijn, dat een bedrijf dit niet overleefd. Dan is de schade voor de medewerkers nog groter."

WELKE TIPS Zouden JULLIE ONDERNEMERS MEE WILLEN GEVEN WANNEER ZIJ ZICH WILLEN WAPENEN TEGEN CYBERCRIMINALITEIT?

Klomp: "Het wapenen tegen cybercriminaliteit is niet een eenmalige actie: een project draaien en dan zijn we beschermd is geen oplossing. Zorg ervoor dat de awareness bij de gebruikers zo hoog mogelijk is en laat dit in het bedrijfsproces opnemen. Dit kan bijvoorbeeld door tijdens algemene overleggen bij ieder overleg even de security te benoemen met de huidige risico's (wisselende plaatsen waar het risico vandaan komt). Doe naast de awareness een jaarlijkse scan op de status van de techniek: is die volledig opgewassen tegen cybercriminaliteit en waar zitten nog de risico's. De Graaf: "Draai waar mogelijk mee met de updates van leveranciers. Het achterlopen op updates is vragen om moeilijkheden."



SAFARI IN AFRIKA?

Tanzania
Kenia
Madagaskar
Oeganda
Rwanda
Zimbabwe
Namibië
Botswana
Zambia
Mozambique
Seychellen
Mauritius
Zuid-Afrika



Al sinds 1979 dé Afrika specialist

Ruim 100 uitgekiende reizen vindt u op jambo.nl en in onze brochure of bel met onze Afrika specialisten op 020-2012740 voor een reis op maat.
De mogelijkheden zijn eindeloos, privé reizen geheel conform uw wensen!



GRIP OP ADMINISTRATIEKOSTEN MET ADFIR



Willem Ravenhorst, eigenaar van Adfir, administratief en fiscaal dienstverlener
Foto: PhotograVics, Micky Keulen

Administratie- en accountantskosten vormen voor ondernemers in het midden- en kleinbedrijf ieder jaar vaak een forse kostenpost. Ook de transparantie van de bestede uren laat nogal eens te wensen over. Adfir, administratief & fiscaal dienstverlener vindt dat dit anders kan.

Met variabele en transparante tarieven die afhankelijk zijn van de grootte van de administratie en meegaan met de ontwikkeling van de onderneming. En daarnaast vaste tarieven voor veel voorkomende werkzaamheden. "Met onze online module op www.adfir.nl kunnen cliënten vooraf zelf berekenen wat de kosten zullen worden", aldus Willem Ravenhorst, eigenaar van Adfir. "Zij weten zo precies wat zij kunnen verwachten en komen niet voor verrassingen te staan".

FULL SERVICE DIENSTVERLENER

Adfir is een nieuw full service administratief en fiscaal dienstverlener voor ondernemers in het MKB, DGA's, beoefenaars van vrije beroepen en eigenaren pensioen of stamrecht B.V.'s in de regio's Amsterdam, Utrecht en Amersfoort. Ravenhorst: "Zij kunnen voor hun boekhouding, financiële administratie, belastingaangiften en personeels- en pensioenzaken bij ons terecht. Geheel, gedeeltelijk of op maat. Van het opzetten en verwerken van de administratie, het opstellen van de jaarrekening (balans-, winst- en verliesrekening), kwartaal- en tussentijdse rapportages tot aangiften BTW, inkomsten-, vennootschaps- en loonbelasting. Maar ook wet- en regelgeving met betrekking tot belastingheffingen en eventuele bezwaarschriftprocedures. Als ondernemers alleen een controle willen op de administratie die zij zelf in een boekhoudsysteem hebben ingebracht is dat ook mogelijk".

ERVAREN, PERSOONLIJK EN OPEN

Ravenhorst is een gedreven ondernemer, met een jarenlange ervaring in de administratieve dienstverlening voor het klein MKB bedrijf. "Bij Adfir werken we met een team betrokken en deskundige medewerkers vanuit onze kantoren in Amsterdam, Utrecht en Amersfoort. We zijn hierdoor goed bereikbaar en garanderen de continuïteit van onze dienstverlening. Naast onze scherpe en transparante tarieven onderscheiden we ons door de persoonlijke en open relatie die we onderhouden met onze cliënten. We hechten aan een goed en duurzaam contact en we willen van toegevoegde waarde voor hen zijn. Niet alleen met parate en actuele kennis van

administratieve processen en fiscale- en sociale wetgeving. Wij denken ook graag pro actief met hen mee en adviseren hen over hun fiscale positie".

PERSONEELSDIENSTEN EN PENSIOENBEREKENINGEN

Voor ondernemers met personeel in dienst verzorgt Adfir afhankelijk van de fase en ontwikkeling van de onderneming adviserende, ondersteunende of uitvoerende diensten. Van het verwerken van de salarisadministratie, het opstellen van arbeidscontracten en loonstroken tot de begeleiding bij ontslaanvragen. Ravenhorst: "Vanaf 1 juli 2017 is het niet langer mogelijk pensioen in eigen beheer te hebben. DGA's of eigenaren B.V.'s die pensioen in hun eigen onderneming hebben opgebouwd kunnen bij ons terecht voor advies over het bevroren, afkopen, omzetten of afstorten hiervan".



SOEPELE OVERSTAPSERVICE

Ravenhorst: "We merken dat veel ondernemers het moeilijk vinden om over te stappen naar een ander administratie- of accountantskantoor. Ook al zijn ze ontevreden over hun huidige contact. Toch kan het goed zijn eens verder te kijken, tarieven te vergelijken en in gesprek te gaan met een andere partij om te kijken wat deze kan bieden en/of over te stappen. Een overstap hoeft niet lastig te zijn en kan geruisloos gaan. Adfir biedt hiervoor een soepele overstap-service. Nadat de ondernemer zelf eerst de huidige overeenkomst heeft opgezegd, nemen wij contact op met dit kantoor en zorgen ervoor dat het dossier op een goede en betrouwbare manier aan ons wordt overgedragen. De ondernemer hoeft hiervoor niets te doen, wij regelen dit".

KOSTELOOS INTAKEGESPRAK

Meer informatie? Ga naar www.adfir.nl, vraag een offerte aan via info@adfir.nl, of maak een afspraak via 030 227 06 81 (kantoor Utrecht), 033 202 27 65 (kantoor Amersfoort) of 020 244 03 25 (kantoor Amsterdam) voor een kosteloos intakegesprek.

TOENEMEND TEKORT AAN HUMAN CAPITAL

A HELL OF A JOB

De spoeling wordt dunner. Tal van bedrijven kampen met een tekort aan human capital.

Animo voor nog meer afzet van producten en diensten is er zeker maar steeds meer branches hebben moeite om voldoende geschikte mensen te vinden. Dat zet een rem op de groei. Zowel voor het vinden als het binden van medewerkers is het cruciaal wat zij belangrijk vinden bij hun werk en werkgever. Trigger: geld staat niet op nummer 1.

Verder blijken samenwerking en communicatie bij veel organisaties een achilleshiel.



30

Al twee jaar stijgt het aantal vacatures. Ook dit jaar wordt opnieuw een sterke groei verwacht. Met de aantrekkelijke economie neemt de spanning op de arbeidsmarkt toe. Het UWV schat in dat er dit jaar 165.000 banen bijkomen, wat het totaal brengt op 10,4 miljoen.

RUIM 1 MILJOEN

Jaarlijks ontstaan meer dan één miljoen vacatures. Gemiddeld is een derde ervan moeilijk vervulbaar, blijkt uit onderzoek van het UWV naar personeelwerving onder bijna tweeduizend bedrijfsvestigingen.

Veelgenoemde reden voor het moeilijk kunnen vervullen van de vacatures is het ontbreken van de juiste kwalificaties bij sollicitanten (45%). Dit kan betrekking hebben op opleidingsniveau, opleidingsrichting, werkervaring of vakkennis.

SECTORALE SPANNING

De krapte op de arbeidsmarkt kan de productiegroei, banengroei en bedrijfsvoering belemmeren, benadrukt het UWV. De mate van spanning verschilt per sector. Vooral bouw, informatie en communicatie hebben te maken met veel moeilijk vervulbare

vacatures. In eerstgenoemde branche geldt dat zelfs voor zes op de tien banen. Bij informatie en communicatie is ruim de helft moeilijk vervulbaar. Deze sectoren ervaren ook vaker dan gemiddeld een tekort aan personeel. In de industrie, facility management en overige dienstverlening zijn volgens het UWV vier op de tien vacatures moeilijk vervulbaar.

BALANS STAAT OP 1

De krapte op de arbeidsmarkt wordt bevestigd door de meest recente Salary Survey van Walters People, een internationale

uitzendorganisatie. Dit jaarlijkse onderzoek geeft inzicht in salarisontwikkelingen en wervingstrends bij uitzendfuncties. 67% van ondervraagde werkgevers denkt dat het in 2018 moeilijker wordt om nieuwe werknemers te vinden.

Voor de Salary Survey is ook onderzocht welke aspecten hoogopgeleide werknemers belangrijk vinden bij de keuze voor een werkgever. Opmerkelijk is dat voor deze groep medewerkers salaris en secundaire arbeidsvoorwaarden pas op de vierde plaats komen. Op nummer 1 staat een goede balans tussen werk en privé. De organisatiecultuur en het contact met collega's volgen op een tweede plaats, een uitdagende functie-inhoud staat op 3. Dan komen de financiële beloning en secundaire arbeidsvoorwaarden. Overigens zijn medewerkers zich wel terdege bewust van hun positie op de arbeidsmarkt. Zo verwacht 61% een salarisverhoging van minimaal 3%.

FLEXIBEL EN FIT

Een fors deel van de werkgevers houdt rekening met de medewerkersvoorkeur en speelt in op de wens om te komen tot een goede balans tussen werk en privé. 63% van de professionals uit de Salary Survey van Walters People heeft de mogelijkheid om flexibele uren te werken, bijna de helft kan thuis werken. Daarnaast vinden werknemers het belangrijk om gezond en fit te blijven. Zij waarderen het als hun werkgever hierbij

helpt. Steeds meer werkgevers gaan mee in deze trend; 68% voert een actief beleid om een gezonde levensstijl te stimuleren.

NIET BLIJ MET COLLEGA'S

Bemoedigende signalen, maar er zijn nog uitdagingen te over voor werkgevers. Bijvoorbeeld als het gaat om de organisatiecultuur en het contact met collega's, nummer 2 uit de prioriteitenlijst van medewerkers. Samenwerken gaat zeker niet altijd van een leien dakje, blijkt uit recent onderzoek van Protime. Deze specialist in workforce management oplossingen ondervroeg 1.000 werknemers in uiteenlopende sectoren en maakte een ranglijst van ergernissen. Maar liefst 42 procent van de respondenten ervaren het als frustrerend dat zij niet weten wat anderen bijdragen. Ook is het werk van anderen van matige kwaliteit, vindt 29 procent. Andere belangrijke irritatie: werknemers weten vaak niet wie verantwoordelijk is voor welke taak (39%). Reden voor de matige communicatie kan liggen in de faciliteiten. Meer dan een derde van de respondenten vindt dat de werkgever onvoldoende investeert om samenwerken te faciliteren.

AANDACHT VOOR AANHAKEN

Meten is weten, dus nog een onderzoek. Deze keer van Intelligence Group en SchaalX onder ruim 3.500 professionals in loondienst. Slechte communicatie vanuit het management komt hieruit naar voren als

grootste ergernis op de Nederlandse werkvloer. "We horen het vaak van kandidaten die bij ons op gesprek komen," zegt Ingrid Schipper, managing partner bij SchaalX. "Het lijkt zo makkelijk en toch merk je in veel gevallen dat informatie niet goed doorkomt op de werkvloer. Dat veroorzaakt onvrede bij de medewerkers. Aandacht voor het aanhaken van je medewerkers wordt nog steeds enorm onderschat door het management."

Net als in het Protime-onderzoek blijken ook uit deze enquête dat collega's een bron van irritatie vormen. Vooral als die hun verantwoordelijkheid uit de weg gaan en zich niet aan afspraken houden. Ook roddelen wordt niet op prijs gesteld.

VINDEN EN BINDEN

Werkgevers zijn niet te benijden. Is het in tal van sectoren een enorme uitdaging om voldoende geschikte mensen aan te trekken, ook het tevreden houden van bestaande medewerkers vergt alle aandacht. Dat daarbij nog veel werk aan de winkel is, wordt benadrukt door eerdergenoemde onderzoeksresultaten. Een goed salaris alleen is bij lange na niet voldoende. Vinden en binden van medewerkers is a hell of a job.

MOEIZAME MEETINGS

Ook vergaderingen zorgen ook voor frustraties, blijkt uit het Protime-onderzoek. Bijna een derde van de werknemers ervaart meetings als nutteloos, ruim een derde vindt collega's vaak onvoorbereid. In het verlengde daarvan zegt 41 procent van de werknemers zelf meer bij te dragen dan anderen. Naarmate de leeftijd stijgt, neemt ook de weerstand tegen lange vergaderingen toe. Het onderzoek van Intelligence Group en SchaalX toont dat vooral 50-plussers zich groen en geel ergeren aan meetings waar maar geen einde aan komt.





32

ONDERNEMERSLOBBY DRAAIT ROND GEMEENTERAADSVERKIEZINGEN OP VOLLE TOEREN

“BLIJF AAN DE BAL”

De gemeenteraadsverkiezingen zijn aanstaande. Daarom is het zaak, economische thema's en wensen van het bedrijfsleven bij de politiek voor het voetlicht te brengen. MKB-Nederland en VNO-NCW ondersteunen lokale ondernemersverenigingen bij een succesvolle lobby. Continuïteit is daarbij het sleutelwoord. “Zoek de politiek niet alleen op rond de raadsverkiezingen maar blijf continu in gesprek.”

TEKST HANS HAJÉE

Joost Uytewaal adviseert bedrijven als zelfstandig fiscalist. Daarnaast steekt hij veel tijd in belangenbehartiging. Uytewaal is voorzitter MKB-Nederland Midden voor de provincie Utrecht. Ook is hij voorzitter van Ondernemend Houten, een koepel van acht ondernemersverenigingen en -stichtingen. “Niet alleen landelijk, ook regionaal werken MKB-Nederland en VNO-NCW nauw samen,” zegt Uytewaal. Daarbij is sprake van tweerichtingsverkeer. “De afdelingen hebben intensief contact met ondernemers in het land en weten wat daar speelt. Signalen en knelpunten melden wij aan het landelijk bureau in Den Haag. Daar volgen ze de regelgeving en andere ontwikkelingen op de voet. Relevante thema's worden overzichtelijk

in kaart gebracht. Lokale ondernemersverenigingen kunnen daar hun voordeel mee doen in de contacten met gemeentebestuur en politiek.”

MOTOR VAN DE ECONOMIE

Ook bij de komende gemeenteraadsverkiezingen worden lokale ondernemersverenigingen op meerdere manieren ondersteund. “Er zijn toolkits beschikbaar voor succesvolle beïnvloeding van het collegeprogramma en de organisatie van een verkiezingsdebat. Dit is een prima middel om onderwerpen die leven bij ondernemers te presenteren aan een breed publiek. Zeker als zo'n debat wordt georganiseerd in samenwerking met een lokale omroep.”

MKB-Nederland en VNO-NCW hebben een manifest opgesteld inclusief sociaal-economische agenda met prioriteiten voor de komende periode. “De zwaartepunten verschillen uiteraard per gemeente, maar deze agenda bevat essentiële aspecten die overal van belang zijn.” Zoals de oproep om te blijven investeren in het mkb. “Het midden- en kleinbedrijf is de motor van de lokale economie. Daarom vragen wij onder meer aandacht voor een ondernemersvriendelijk aanbestedingsbeleid. Lokale bedrijven moeten geen voorkeurspositie krijgen maar verdienen wel een eerlijke kans. Zij dragen immers bij aan het sociaal-economische fundament van een gemeente. En met het oog op het milieu is het niet logisch dat busjes uit

Amsterdam of Emmen komen terwijl een lokaal bedrijf de opdracht ook prima kan uitvoeren. Richtlijn die wij in Houten voorstaan: streef ernaar dat bij opdrachten minimaal een van de drie kandidaten uit de eigen gemeente komt. En zorg voor een transparante rapportage van de gunningen.”

“GEEF BEDRIJVEN DIE AANTOONBAAR WERK MAKEN VAN DUURZAAMHEID EEN STREEPJE VOOR BIJ AANBESTEDINGEN.”

WONEN EN WERKEN

Ander element uit de sociaal-economische agenda van MKB-Nederland en VNO-NCW: creëer een attractief vestigingsklimaat. Uytewaal: “Een gemeente moet aantrekkelijk zijn om te werken en te wonen. Daarbij is een afstemming tussen woningbouw en bedrijvenlocaties cruciaal. Als je duizenden nieuwe woningen bouwt zonder dat de werkgelegenheid toeneemt, ontstaat er een gemeente waar veel inwoners elders werken. Met alle gevolgen van dien voor de druk op het wegennet en de sociale samenhang.” Breed gedragen wens van ondernemers is verder een rem op lokale lasten. “Ook de arbeidsmarkt is een thema dat overal speelt. Er moet oog zijn voor de match tussen vraag en aanbod. Belangrijk aspect is de aandacht voor mensen met afstand tot de arbeidsmarkt. Dit vereist een collectieve aanpak waarvan de Houtense Werktafel een goed voorbeeld is. Dit platform brengt werkgevers en werkzoekenden van betaald en onbetaald werk bij elkaar. Omdat het initiatief lokaal georiënteerd is, wordt maatwerk mogelijk. Dat vergroot de kans op succes.”

AAN DE SLAG MET DUURZAAMHEID

Een bereikbare en duurzame gemeente staat eveneens hoog op de ondernemersagenda. “Internationale verdragen en landelijke ambities zorgen voor een ambitieuze duurzaamheidsdoelstelling. Al lijken ijkpunten als 2030 en 2050 ver weg, er moet veel gebeuren. Gemeenten moeten nu aan de slag met verduurzaming.” Bewustwording is een eerste stap. “Zo heeft Ondernemend Houten een duurzaamheidswerkgroep gevormd. Deelnemende bedrijven brengen hun energieverbruik in kaart. Met relatief eenvoudige maatregelen als isolatie, beter inregelen van installaties en zonnepanelen blijkt al een forse besparing mogelijk. Door het verbruik te monitoren, worden de resultaten inzichtelijk. Dat motiveert en stimuleert ook andere bedrijven om in actie te komen.” Daarbij helpt het volgens Uytewaal als de overheid niet alleen oproept tot verduurzaming maar ook iets te bieden heeft. “Zoals aantrekkelijke financieringsmogelijkheden. Of geef bedrijven die aantoonbaar werk maken van duurzaamheid een streepje voor bij aanbestedingen.”

SLEUTEL TOT SUCCES

Uytewaals ervaring is dat politieke partijen zeker open staan voor informatie over economische prioriteiten vanuit het bedrijfsleven. “In Houten zochten sommige partijen ook zelf overleg met het oog op input voor hun verkiezingsprogramma’s.”

Een goede communicatie rond de verkiezingen is belangrijk maar continuïteit in de contacten is de echte sleutel tot succes. “In Houten geven ondernemers de samenwerking met de gemeente een 8. Een prima cijfer, maar dat gaat niet vanzelf. Het vereist inspanningen en een actieve opstelling van beide kanten. Ook moet je als ondernemersvereniging bereid zijn om veel tijd en energie te steken in belan-

genbehartiging. Je moet aan de bal blijven.”

Een gezamenlijke spreekbuis van het bedrijfsleven is daarbij van groot belang. “Een wethouder hoeft dan niet met alle verenigingen en netwerken afzonderlijk om tafel. Ook kunnen ondernemers nooit het verwijt krijgen dat ze niet op één lijn zitten.” In Houten is onder regie van de koepel Ondernemend Houten vier keer per jaar overleg tussen voorzitters van alle netwerken en de wethouder. “Zo houden we over en weer de vinger aan de pols. Ambitie is om na de aanstaande verkiezingen eens per jaar ook de raadsleden te ontmoeten.”

AMPER POLARISATIE

Lokaal zijn er vaak minder scherpe tegenstellingen dan in de landelijke politiek. “Het gaat over onderwerpen die dichtbij alle betrokkenen staan,” zegt Uytewaal. “Daardoor is er amper polarisatie tussen de politieke partijen. Streven is vooral om samen een oplossing te vinden voor concrete vraagstukken. Diezelfde opstelling zie ik vaak terug in de relatie tussen gemeente en ondernemers. Het besef dat het lokale bedrijfsleven zorgt voor werkgelegenheid en een economisch fundament is breed aanwezig. Het gezamenlijk belang is veelal leidend bij de contacten tussen gemeente en ondernemersverenigingen. Een goede zaak. Want als je niet tegenover elkaar staat maar samen zoekt naar de gemene deler, leidt dat tot het beste resultaat.”



33

TIPS VOOR EEN SUCCESVOLLE ONDERNEMERSLOBBY

*Ga als lokale ondernemersverenigingen eerst samen om tafel. Spreek af welke punten je voor het voetlicht wilt brengen. Waar gaan we voor, wat willen we bereiken? Spreek vervolgens met één mond met gemeentebestuur en politiek, bijvoorbeeld via een ondernemerskoepel.

*Zorg voor een goede, consistente overlegstructuur; bijvoorbeeld vier keer per jaar een gesprek met de wethouder en eens per jaar met de gemeenteraad. Met zo'n structuur kunnen alle relevante thema's aanbod komen en wordt de voortgang bewaakt.

*Leg verbinding met ondernemersverenigingen in andere gemeenten. Wissel best practices uit en leer van elkaar.



Centraal bij Het Nut staat ontmoeten, ontdekken, ontwikkelen, ontspannen", aldus Sylvia Baars.

HET NUT IS ER OM TE ONTDEKKEN

Eventlocatie Het Nut in Beesd biedt opdrachtgevers veel bijzonders. Ze kunnen het pand volledig afhuren en naar hun wensen omtoveren. Na een intensieve meeting biedt een kookworkshop ontspanning. "Groot denken, maar klein handelen, vinden wij belangrijk."

TEKST: MARLIES DINJENS

Panasonic staat bij velen misschien bekend als producent van fotoestellen of lcd schermen, maar onlangs presenteerde het merk een nieuwe lijn met keukenapparatuur. De presentatie vond plaats bij Het Nut in Beesd, een bijzondere plek voor meetings, events en workshops. Voordeel van de locatie is dat er centraal in het pand een grote open keuken te vinden is. Hier konden de nieuwe staafmixers, stoomovens en slowjuicers gepresenteerd worden aan klanten van Panasonic. Ondertussen maakte de kok van Het Nut een viergangen diner klaar met de keukenapparatuur. Een voorbeeld van hoe gewerkt wordt bij de bijzondere eventlocatie. Ooit zat hier een kleuterschool, daarna een bank en later een kookstudio. De keuken wordt nog volop gebruikt en biedt een sfeervolle aanblik in het hart van het pand.

ONTZORGEN

Eigenaren Petra van der Perk en Sylvia Baars denken mee met de opdrachtgever en verzorgen een dag op maat. "Al wil de klant bij wijze van spreken het pand pimpelpaars schilderen: als het maar weer in de oude staat teruggebracht wordt, vinden wij het prima", aldus Sylvia. De beide eigenaressen hebben veel ervaring in event- en locatie management. "Vanaf het moment dat de offerte gemaakt wordt tot de uitvoering van het evenement, denken wij mee met onze opdrachtgevers. Hiermee kunnen we de secretaresses die vaak verantwoordelijk zijn voor de organisatie ontzorgen. Wij weten precies welke punten van belang zijn." Centraal bij Het Nut staat ontmoeten, ontdekken, ontwikkelen, ontspannen. Na een intensieve vergadering kunnen klanten ont-

spannen met een inspirerende kook-, chocolade- of barista-workshop. "Dit kunnen wij allemaal op maat verzorgen", zegt Sylvia. "Tijdens het event denken wij graag mee mocht het programma anders verlopen."

CENTRAAL GELEGEN

Petra heeft twee locaties in Beesd. Ze kocht negen jaar geleden het uit 1863 stammende historische Pand Betuwe samen met haar partner. Ze vestigden er beiden hun bedrijf. Enkele jaren later kocht ze in dezelfde straat in Beesd het vrijgekomen pand Het Nut. "Op dit pand was ik al jaren verliefd en ik zag kansen om de kookstudio die er al in zat uit te breiden tot een eventlocatie waar ook allerlei workshops en diners gegeven kunnen worden. Door mijn ervaring als eventmanager wist ik dat er centraal in het

land behoefte was aan goede locaties. Het Nut zit echt vlakbij de A2 in het midden van het land en is daarom erg goed bereikbaar en biedt bovendien gratis parkeergelegenheid." Sylvia was ook al langer actief in die wereld en wilde graag voor zichzelf beginnen. Samen met Petra is zij nu eigenaar van Meeting die de exploitatie verzorgt voor Pand Betuwe en Het Nut. Sylvia is verantwoordelijk voor de sales en marketing en Petra verzorgt de conceptionele en operationele kant. Ook is ze verantwoordelijk voor de prettige, moderne inrichting. "Waar ik mijn inspiratie vandaan haal? Moeilijk te zeggen. Overall eigenlijk."

'WIJ ZORGEN DAT ONZE GASTEN ALLES UIT HUN DAG KUNNEN HALEN EN UIT ZICHZELF'

GASTVROUWEN MET AANDACHT

Het grote verschil tussen de twee panden is dat Het Nut vooral voor grotere groepen tussen 20-80 personen wordt verhuurd en Pand Betuwe ook geschikt is voor vergaderingen, trainingen en als kantoor voor een dag tot maximaal 25 personen. "Bij Het Nut bieden we exclusiviteit. Opdrachtgevers kunnen hier de gehele locatie huren en zitten hier dan echt alleen. Dat maakt het bijvoorbeeld een geschikte locatie voor productpresentaties of intensieve brainstormsessies", zegt Sylvia. "Ja, dat onderscheidt ons ook van andere locaties waar er vaak voor grotere groepen geen exclusiviteit is."

Groot denken, maar klein handelen, dat is de benadering van Sylvia en Petra. Een event moet kloppen tot in de puntjes. Hiervoor werkt Het Nut met een vast team van mensen. "Zo hebben we vaste gastvrouwen en koks. Vaak informeren onze opdrachtgevers daar na afloop naar. Ze vragen zich af waar we toch die goede gastvrouwen vandaan weten te halen. Deze continue kwaliteit vinden we erg belangrijk", zegt Sylvia. Koks bieden verschillende mogelijkheden: van een driegangen menu tot een buffet of walking dinner. Aan de hand van het budget en de wensen kan de juiste keuze gemaakt worden. Bij Het Nut zal niet snel een broodje kroket op tafel verschijnen. "Gasten vragen steeds vaker om gezond eten. En dat vinden wij zelf ook heel belangrijk. Dus liever een springroll dan een bitterbal."

www.hetnut.nl



Petra van der Perk is samen met Sylvia Baars eigenaar van Meeting die de exploitatie verzorgt voor Pand Betuwe en Het Nut.



35



Strategische sessie en zomerse borrel

Inmiddels kent Het Nut vele vaste opdrachtgevers vanuit het gehele land. "Zo aan het begin van het jaar merken we dat er veel strategische sessies gepland worden", stelt Sylvia. "Dat is in de zomer natuurlijk weer anders waar de binnenplaats van Het Nut zich goed leent voor een zomerse borrel en lekker lang tafelen. "Geïnteresseerden zijn van harte welkom om een kijkje te nemen en inspiratie op te doen. Zo kunnen ze Het Nut zelf ervaren."

T 0345 565652 | www.hetnut.nl

MOVI PERFORMANCE GYM IS VOORAL GÉÉN SPORTFABRIEK NIET BEWEGEN, MAAR TRAINEN

De marketingstrategieën van de grote sportscholen kennen ze door en door, de mannen van Movi Performance Gym. Ze leggen die naast zich neer en richten hun vizier op de individuele mens, die zijn of haar gezondheid koestert. Niet bewegen, maar trainen onder het mom van 'build better humans' vormt het speerpunt, in een persoonlijke setting en ondersteund door verantwoorde voeding.

TEKST & FOTOGRAFIE: AART VAN DER HAAGEN

36

MUSCLE
POWER

24h

"Wij trainen geen spieren,
maar bewegingen",
aldus Gertjan van 't Hoog (l)
en Kevin Nicola (r).

Het eerste dat je opvalt wanneer je de trainingsruimte in Veenendaal betreedt, is de afwezigheid van een onafzienbare rij apparaten. In je onwetendheid koppel je dat aan het nog jonge concept van Movi Performance Gym, dat in de herfst van 2017 de lucht in ging. Het blijkt echter geen fase tussen twee investeringsronden in, maar een bewuste keuze. "Met een machine pak je één spiergroep geïsoleerd aan," verklaart manager Kevin Nicola. "Wij haken juist in op de bewegingen uit het dagelijks leven: duwen, trekken, springen etcetera. Daarbij gebruiken we liever vrije gewichten, om de inzet van spiergroepen te verbreden en die te laten samenwerken. Kort gezegd trainen wij geen spieren, maar bewegingen. Dat vormt een wezenlijk andere benadering." De open inrichting van de ruimte, zonder toestellen in allerlei soorten en maten, imponeert minder dan de gemiddelde sportschool en dat bedoelen we in dit geval positief. "Inderdaad ligt de drempel hier laag," bevestigt Gertjan van 't Hoog, eigenaar van het concept. Dat verklaart misschien waarom we hier relatief veel vrouwen begroeten. Zij voelen zich hier snel op hun gemak, zonder allerlei bodybuilders om zich heen."

TIJDVERSPILLING

Van 't Hoog werkte jarenlang als personal trainer voor wat hij 'high end clubs' noemt; massale sportscholen met een stevig commercieel fundament en een directie die op zijn zachtst gezegd niet per definitie gelouterd is in de materie van effectief, gezond bewegen. "Je ziet ze adverteren met abonnementsprijzen inclusief begeleiding, maar uit ervaring kan ik je zeggen dat ze dat dikwijls niet waarmaken. Buiten mijn trainingsuren destijds nam ik regelmatig een kijkje op zulke locaties en vond het bijna pijnlijk wat ik er waarnam. Mensen kwamen een zaal binnen en je zag ze gewoon 'zwemmen', zonder individuele aandacht. Dat leverde op den duur niet bepaald het gewenste resultaat op, waardoor ze één voor één afhaakten. Sorry dat ik het zo cru stel, maar het liet bij mij de indruk achter van tijdverspilling." De laatste vijf à zes jaar bood Van 't Hoog, professioneel opgeleid in sport en voeding, zijn diensten op freelancebasis aan. "Ik ontwikkelde een formule voor personal training met oprechte, individuele aandacht, vanuit de gedachte dat ik mensen iets wilde leren dat hun leven verrijkt en verandert."

GEEN DOMME DINGEN

"Dan heb ik het nog niet eens gehad over het onderwerp voeding," vervolgt Van 't Hoog zijn relaas. "Overall vormen gezondheid en

fitheid hot items. In de media zie je goeroes praten over methodes om kilo's te verliezen en iedereen volgt die voorbeelden, maar binnen vijf jaar zit 98 procent van de afvallers weer op zijn oude gewicht. Vanuit mijn sport- en voedingsachtergrond begon ik op een gegeven moment met het verzorgen van lezingen over deze thema's, samen met mijn collega. Dan stellen we ons heel eerlijk en direct op, om de mensen een spiegel voor te houden en ervoor te zorgen dat ze een knop omzetten. 'We gaan jullie het een en ander vertellen, zodat jullie geen domme dingen meer doen,' zeggen we dan. Allereerst zoomen we in op hoe het lichaam werkt. Waarom moet je eten? Het vervult energiebehoeften, het legt de basis voor het functioneren van je organen, nodig om te kunnen overleven. Daarna belichten we de hormoonhuishouding, mentale aspecten en slaap. Weet je, deze elementen zijn zo waardevol, iedereen verdient het om ermee in aanraking te komen."

BINDEN AAN TRAINER

Gecombineerd met zijn zelfontwikkelde formule voor personal training achtte de jonge ondernemer het voedingsverhaal de moeite waard om er een totaalconcept omheen te boetsen. "Alleen... hoe? Ik wist waar ik naartoe wilde, maar zocht dringend naar iemand die uitblinkt in het geven van effectieve groepstrainingen - voor niet al te grote gezelschappen - en die commerciële vaardigheden heeft. Begin 2017 ontmoette ik bij een grote club Kevin Nicola, bij wie ik al gauw het gevoel kreeg dat hij exact in dat profiel paste. We raakten in gesprek, wisselden ideeën uit, fantaseerden over de toekomst en besloten het erop te wagen met elkaar. Na wat vertraging bij het vinden van een geschikt pand en drie weken samen alles verbouwen was op 1 november jongstleden

Movi Performance Gym een feit, met Movi als samentrekking van 'movement' en 'vitality.'" Nicola zegt: "Heel veel van onze klanten bij de grote sportcentra volgden ons direct, wat ons sterkte in de opvatting dat mensen zich binden aan een trainer, niet aan een club. Ze vinden het fantastisch en sturen spontaan berichten, in de trant van 'zo fijn dat jullie nu voor jezelf werken' en 'nooit gedacht dat ik sporten zo leuk zou vinden'. Wow, dat voelt zo goed! We houden Movi Performance Gym wel compact, om ons streven naar persoonlijke aandacht en begeleiding te kunnen blijven garanderen. Groeien gaan we zeker, maar dan moet je denken aan het kopiëren van onze formule naar andere locaties in het land."

APP-SYSTEEM

De mannen zetten een heel praktisch concept op poten, toegankelijk voor een zo groot mogelijke groep mensen en op een zodanige wijze aangeboden, dat zij er de waarde van inzien. Van 't Hoog: "We starten per klant met een intakegesprek, dat we afronden met een advies over welk traject het beste bij iemand past, met welke frequentie en waarom. Daarna volgen personal en small group-trainingen, met hooguit vier deelnemers tegelijk. Tijdens het evolve-programma zoeken we verdieping. Het bestaat uit een losse trainingen, gericht op kracht, energiesystemen en mobiliteit, dus lenigheid, souplesse. Denk aan thema's als spiergroei, metabolic condition oftewel een high intensity-sessie van 30 tot 45 minuten en body transformation, om je fysiek in een korte periode extreem te veranderen. We bieden dit aan via een app-systeem aan op abonnementsbasis, waarmee je trainingen naar keuze kunt volgen. Ook belonen we bestaande leden voor hun prestaties, in plaats van aanbiedingen alleen aan nieuwe mensen te gunnen. Lessen bijkopen kan ook. Overigens zijn



nice to meet!

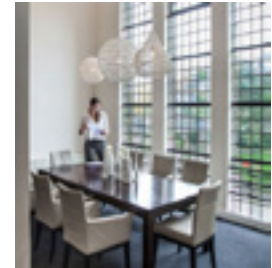
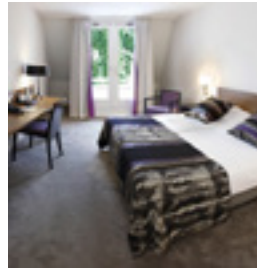
U heeft behoefte aan een sfeervolle ruimte, een compleet product met diverse faciliteiten en een helder prijsbeleid. U wilt dan zeker zijn dat die ruimte voldoet aan uw wensen en dat deze ook binnen uw budget past. Liever nog: een accommodatie die u verrast.

Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum in Zeist is centraal gelegen op een bosrijk eigen landgoed van 45 hectare. Uitstekend geschikt voor één- en meerdaagse bijeenkomsten als trainingslocatie, om te vergaderen en voor Business Events.



**Korting op onze
arrangementen?**

Kijk op woudschoten.nl
voor de actuele
kortingskalender



Woudschoten
HOTEL & CONFERENTIECENTRUM

Woudenbergseweg 54
3707 HX Zeist

T 0343 - 492 492
F 0343 - 492 444

E info@woudschoten.nl
I www.woudschoten.nl

DEELNEMEN
AL VANAF
940,-

FENEXPO

BUSINESSDAGEN

**Hét netwerkevenement
van Midden-Nederland!**

10, 11 en 12 april 2018
Evenementenhal Gorinchem

Info: 0183 - 820 230 • www.fenexpo.nl



Bedrijvig

Hedamox



ZAKENDOEN - INSPIREREN - NETWERKEN

onze abonnementen na het eerste kwartaal maandelijks opzegbaar en werken we tevens met tienrittenkaarten. We willen vooral commitment, niet dat mensen zich verplicht voelen om hier te komen trainen. Het laatste onderdeel van ons programma betreft open gym, bestemd voor een kleine categorie mensen van wie we weten dat ze technisch vaardig genoeg zijn om zelfstandig te trainen en het hoofd erbij houden. We geven ze die vrijheid alleen wanneer we ze lang genoeg gevolgd hebben, want wij vinden dat we verantwoordelijk voor hun lichamelijke ontwikkeling blijven.”

BURNOUTS

Naast dit alles ontplooit Movi Corporate Gym nog een aantal andere activiteiten. Nicola: “Onder het label Movi Corporate werken we trajecten uit om ondernemers en/of hun personeel te trainen; overigens fiscaal gunstig te realiseren voor beide partijen. In een gesprek met een werkgever peilen we de wensen en behoeften. Gewoon bewegen? Het ziekteverzuim terugdringen? Bestrijding en preventie van burnouts? Jazeker, ook dat laatste is mogelijk via een lichamelijke aanpak. Psychiaters weten dat al jaren en adviseren cliënten in die situatie vaak om te bewegen. Het begint met het herstellen van

de hormoonbalans, om het lichaam weer goed te laten functioneren. Dat betekent allereerst de hersenen en de organen goed voeden. Via zware krachttraining, afgewisseld met veel rust, in combinatie met mobiliteit en bijvoorbeeld yoga, zwakken we de stresshormonen af. In de afgelopen jaren hebben we een kleine twintig mensen zo begeleid en zonder uitzondering waren ze binnen één tot vier maanden allemaal weer aan het werk, zonder dat later de klachten terugkeerden. Af en toe ontvangen we een appje met een vraag om advies, bij een kleine terugval. Het herkennen van signalen valt onder de noemer ‘preventie’. Je krijgt er wel leefregels bij, zoals letten op voeding en jezelf de tijd gunnen voor hobby’s, voor ontspanning.”

VOEDINGSSUPPLEMENTEN

Gezien het bovenstaande betoog van de heren zou je het al voorzichtig kunnen aanvoelen: ze hebben zelf een lijn voedingssupplementen laten ontwikkelen, Movi Nutrition. “Voor alles is een tijd en plaats,” meent Van ‘t Hoog. “Nog los van de kwaliteit slikken mensen zulke producten vaak lukraak, bijvoorbeeld in een poging om snel af te vallen. Dan weet je nooit wat ze doen. Wij besloten het heft in eigen handen te nemen en zelf een assortiment te introduceren, met

producten waarvan we de inhoud en dosering exact kennen. Uiteraard adviseren we onze klanten daaromtrent. Het betreft vitaminenpreparaten, maar ook visolie, goed voor het functioneren van de hersenen, om af te vallen en effectief tegen hart- en vaatziekten.” Teneinde het totaalconcept te completeren Movi Performance Gym een samenwerking gestart met Musculi Fysiotherapie, de praktijk van Wesley van Brakel, ervaren als personal trainer. “Hij richt zich niet alleen op symptoombestrijding, maar vooral ook op het zoeken naar de oorzaak van klachten,” geeft Nicola aan. Ter afsluiting van het verhaal laat hij de term ‘Movi Friday’ vallen. “Elke vrijdag organiseren we voor onze leden een gezellige avond in onze lounge, gecombineerd met een groepstraining, bijvoorbeeld estafetteroeien. Daarbij nodigen we ook de partners van harte uit. Zo willen we een community creëren, met allemaal mensen die we bij naam kennen en die hier oprechte persoonlijke aandacht ervaren.”

www.moviperformancegym.nl





ASB: UNIEKE COMBINATIE ASBESTSANERING, RIOOLTECHNIEK EN PLAAGDIERBEHEERSING

VEILIGHEID EN GEZONDHEID VOOROP

Als je erover nadenkt, is het feitelijk logisch dat de drie disciplines zich onder één dak bevinden, maar bepaald niet vanzelfsprekend. Vanuit marktbehoefte begon ASB in 2012 met asbestsanering, in 2016 gevolgd door riooltechniek en afgelopen jaar gecompleteerd met plaagdierbeheersing. Dat betekent one-stop-shopping voor klanten, waar ook in Nederland.

TEKST & FOTOGRAFIE: AART VAN DER HAAGEN

"Inderdaad een unieke combinatie," zegt Coen Lagerwey, directeur van ASB, gevestigd in Veenendaal. "Toen wij ons in de markt voor asbestsanering begaven, kregen we regelmatig te maken met oude riolen van asbest. Als ondernemer wil je maatwerk leveren, in ons geval het plaatsen van nieuwe riolen in aanvulling op de sanering, dus besloten we ons daarin eveneens te specialiseren. Daarnaast zie je vaak plaagdieren bij kapotte riolen. Overal liggen verbanden tussen deze drie vakgebieden en klanten kunnen nu voor al deze zaken bij ons terecht, waarbij wij vooral

uitblinken in het werken in omgevingen waar mensen wonen of werken. We informeren mensen zorgvuldig over wat er gaat gebeuren en zorgen ervoor dat ze zo min mogelijk overlast van de werkzaamheden ondervinden. Onze opdrachtgevers bevinden zich vooral in de zakelijke markt, zoals woningcorporaties, vastgoedbeheerders, verenigingen van eigenaren, gemeenten, bouwbedrijven en de voedings- en farmaceutische industrie. Met name bij calamiteiten schakelen we zeer snel, om de duur van de overlast tot een minimum te beperken." ASB vertrouwt op een team

van inmiddels 45, gediplomeerde en bovendien intern opgeleide mensen, met een passie voor het vak, een nette houding en goed materieel om mee te werken. "In al onze disciplines dragen wij op een verantwoorde, klantvriendelijke manier en met een goed totaaloverzicht bij aan het bewaken van de veiligheid en gezondheid in de maatschappij," besluit Lagerwey.

Meer informatie: www.asb-bv.nl

ASB PLAAGDIERBEHEERSING BESTRIJDT NIET ALLEEN,
MAAR VOORKOMT JUIST

GOEDE PLAAGDIERBEHEERSING WERKT KOSTENBESPAREND

Muizen, ratten, vliegen, kakkerlakken, houtaantasters; zie ze maar eens weg te krijgen. Op het moment dat de plaag ontdekt wordt, hebben ze zich allang fors vermenigvuldigd. ASB Plaagdierbeheersing legt de focus op het voorkomen van plaagdieren.

“Ongediertebestrijding? Dat vormt maar een deel van ons werk,” stelt Jan-Willem van der Hoeven, senior klantadviseur bij ASB Plaagdierbeheersing. “Met preventie maken we pas echt het verschil. Dit noemen we Integrated Pest Management. Dat omvat het duurzaam voorkomen van plaagdieren en daarmee ook de inzet van bestrijdingsmiddelen. Het werken met gif wordt voor het bedrijfsleven immers steeds meer aan banden gelegd door de Europese wetgeving. Preventieve maatregelen, zoals

het aanbrengen van wering, de bewustmaking van gedrag van mensen, het 24/7 monitoren van ruimten, daar ligt onze focus. Via workshops maken we bedrijven en hun medewerkers bewust van gevolgen wanneer ze de hygiëne niet op orde hebben, het pand bouwkundige onvolkomenheden zoals kieren bevat en de voorraad niet goed beheerd wordt. Daar moet je mensen op aanspreken en dat werkt best confronterend. Ik herinner me een tuincentrum met een grote overlast van muizen. Ter plaatse zag ik al de eerste bronnen van ellende: de heg niet gesnoeid, overal onkruid en blad dat tegen de kassen op groeide. Binnen lag een veel te grote voorraad strobalen; prachtige broeinesten voor die diertjes. Met een zolder vol spullen kon je natuurlijk ook wachten op een muizenplaag.”

KOSTENBESPAREND

“Ons doel is een langetermijnoplossing voor onze klant. Een plaagdier simpelweg verwijderen heeft niet veel zin, omdat het weer kan terugkomen. Wij maken altijd eerst een risicoanalyse en stellen vervolgens een plan van aanpak op,” zegt Van der Hoeven. “Goede plaagdierbeheersing werkt kostenbesparend: je hebt minder recalls en minder afvoer van onbruikbaar producten. Plaagdieren vormen een risico voor de bedrijfsprocessen, het goede imago en zelfs voor de gezondheid. Zo hadden muizen bij een grote onderneming, die volledig afhankelijk is van de ICT, de databekabeling doorgeknaagd. Als je het hebt over bedrijfsprocessen... De schade bleek groot en dan praten we nog niet eens over de deuk die het imago oploopt. In specifieke sectoren als de foodbranche is een onderhoudscontract op het gebied van plaagdieren verplicht, maar wij nemen ook de risico's vanuit leveranciers onder de loep. We kennen het ASB Monitoringssysteem, waarmee we op afstand 24/7 locaties op verschillende aspecten in de gaten houden, met betrekking tot activiteit van plaagdieren, een te hoge luchtvochtigheid en het niet goed gesloten houden van deuren. Dan krijg je direct een melding via een app. Trouwens, wij gaan ook in gesprek met de burens, anders verplaatst het probleem zich. We willen vooral plaagdieren buiten de deur houden. Een plaagdier in zijn natuurlijke habitat is geen plaagdier.”

Meer informatie: www.asb-bv.nl



Jan-Willem van der Hoeven



ASB RIOOLTECHNIEK WERKT PREVENTIEF EN VANUIT BREED PERSPECTIEF

RIOOL HEEFT ONDERHOUD NODIG

Het riool, een ondergeschoven kindje, bijna letterlijk. Zo lang het geen narigheid teweegbrengt, kijkt niemand er naar om. ASB Riooltechniek in Veenendaal zet in op preventief onderhoud, benadert problemen met effectieve en toch zo eenvoudig mogelijke oplossingen en neemt ook zaken als asbest en plaagdieren onder de loop.

"Vaak bellen mensen ons als de riolering al verstopt zit en/of overstroomt," zegt Jan-Willem van der Hoeven, senior klantadviseur bij ASB Riooltechniek. "Overigens komt onze ontstoppingsdienst 24 uur per dag, zeven dagen in de week direct in actie voor particulieren en bedrijven. Dat gebeurt helemaal in eigen beheer, met korte lijnen, waardoor we zeer snel ter plaatse arriveren en meteen aan de slag kunnen gaan. We zoeken altijd naar een oplossing met een blijvend, duurzaam karakter, waarbij we het kostenplaatje voor de klant zo acceptabel mogelijk proberen te houden. Dat wil zeggen dat we niet standaard klakkeloos hele stukken vervangen, maar creatief denken en meteen ook de oorzaak of gevolgen wegmenen. Zo hebben we binnen ons bedrijf ook ASB Plaagdierbeheersing, die we onmiddellijk kunnen inschakelen wanneer we bijvoorbeeld ratten tegenkomen, zoals bij de open riolen in oude delen van grote steden. Het mooie is dat ook bij oude riolering met asbest ASB desgewenst zorgt voor de sane-

ring. Wij bieden preventieve onderhoudscontracten aan, zodat bedrijfsprocessen moeiteloos kunnen doorgaan. De onaangename toestanden die rioolproblemen veroorzaken, hoef ik niemand uit te leggen."

BIJZONDERE RIOOLTECHNIEKEN

Waardoor ontstaan verstoppingen en overstromingen van het riool in de meeste gevallen? "Mensen spoelen van alles weg, van vet tot zeepresten en maandverband," geeft Van der Hoeven aan. "Verder zien we regelmatig dat een riool niet goed aangelegd is of door het verzakken van de grond geen afschot meer kent. Met dat begrip bedoel ik dat het iets naar beneden loopt, wat voor een natuurlijke afvoer zorgt. Nog wekelijks komen we de oude gresbuizen tegen, met materiaal dat vergruist en verzadigd raakt, waardoor het uiteindelijk scheurt en barst. Tegenwoordig wordt overal pvc gebruikt, dat niet verteert. Zoals gezegd zijn problemen te voorkomen door het riool goed te laten onderhouden." De senior klantadviseur van

ASB Riooltechniek beschrijft enkele bijzondere technieken om problemen op te lossen. "In bepaalde situaties verrichten wij een reparatie van binnenuit, door toepassing van kunsthars of een soort sok, ook wel relinen genoemd. Deze techniek zorgt ervoor dat we geen muur of vloer hoeven te breken en voorkomt dus heel veel overlast. Lekkages en verstoppingen sporen we dikwijls op via een camerainspectie. De oorzaak kan heel nauwkeurig bepaald en daarna vakkundig verholpen worden. Ook het leegzuigen van straatkolken en vetputten behoort tot onze werkzaamheden. In alle gevallen geldt echter: voorkomen is beter dan genezen. Wij praten graag met de klant over duurzame oplossingen."

Meer informatie: www.asb-bv.nl



Jan Lemmens

ASB SANERING VERWIJDERT ASBEST OP VERANTWOORDE WIJZE

VERTROUWEN IN PLAATS VAN ANGST CREËREN

Asbest, een materiaal waar taboes omheen hangen en dat angst inboezemt, aangewakkerd door feiten over bedreiging van de volksgezondheid. ASB Sanering in Veenendaal, gespecialiseerd in het professioneel en verantwoord verwijderen van asbest, stelt de mensen in de directe omgeving juist gerust en communiceert over zijn oplossingsgerichte werkwijze.

“Behalve die ene nadelige eigenschap is asbest eigenlijk een fantastisch natuurproduct: goedkoop, makkelijk te verwerken, brandvertragend, vochtwerend, geluidsisolierend, sterk en breed inzetbaar,” vertelt Jaap Lemmens, senior klantadviseur bij ASB Sanering. “Vandaar dat het tot 1993 overal zijn toepassing vond, van dakbeschot en plafonds tot hitteweringen in cv-ketels, raamkit en vensterbanken. We zullen het nog tot in lengte van jaren tegenkomen en wij durven wel te stellen dat de norm voor het buitengebied, om alle asbestdaken daar vóór 2024 te verwijderen, niet gehaald wordt. Overigens zitten wij zelf meer in kleinschaliger specialistenwerk, daar waar mensen wonen en werken. In de branche onderscheiden wij ons met een zeer omzichtige aanpak door goed opgeleide medewerkers. Asbest verwijderen vraagt om veel kennis en investeringen, zowel in mensen als in materialen.” ASB Sanering werkt vooral in opdracht van woningcor-

poraties, verenigingen van eigenaren en bouwbedrijven.

MENS CENTRAAL

Lemmens geeft een globale beschrijving van wat bij asbestsanering zoal komt kijken. “Het is vaak aan de orde bij renovatieprojecten. Allereerst voert een onafhankelijk bureau een inventarisatie uit, wettelijk verplicht. In het rapport staat duidelijk vermeld in welke risicoklasse de asbest valt en hoe het materiaal verwijderd moet worden: al dan niet in containment. Dat laatste wil zeggen dat de omgeving luchtdicht afgesloten wordt tijdens het weghalen van de asbest. Na sanering controleert een laboratorium de locatie en geeft deze vrij. ASB Sanering is gewend zulke opdrachten uit te voeren in omgevingen waar mensen wonen en werken. Zo werken wij bij kleinschalig asbest met MiniContainment, een heel geschikte methode voor kleinere werkruimten. Je kunt snel en veilig saneren zonder pakken

en maskers, terwijl de bewoners het huis niet hoeven te verlaten. Ideaal dus in bewoonde situaties. Het betreft een modulair systeem, aan te passen aan de vorm van het te saneren object.” Bij urgente gevallen zet ASB Sanering volgens Lemmens een speciale calamiteitenunit in. “Gelukkig hoeft dat niet vaak te gebeuren, maar als asbestsaneerder wil je op alles voorbereid zijn. Kijk, op asbest zit niemand te wachten. Als je er toch mee te maken krijgt, wil je er zo snel mogelijk vanaf. Zorgvuldige communicatie met opdrachtgevers en vooral ook met de bewoners is dus van groot belang. Altijd stellen we de mens centraal. We nemen van tevoren de verschillende stappen van het proces met de betrokkenen door. Saneren vormt een specialisme en goede uitleg voorkomt zorg bij bewoners.”

Meer informatie: www.asb-bv.nl

ZAKENAUTOTESTDAG: TESTRIJDERS GEZOCHT



Meerdere keren per jaar treft u in Utrecht Business de Zakenautotestdag aan; een spetterend evenement waarbij we de nieuwste modellen aan een kritische test onderwerpen. Woensdag 25 april is het weer zover. Dan zullen tijdens de Zakenautotestdag de nieuwste zakenauto's door onze lezers worden uitgetoetst.

Bent u op zoek naar een nieuwe zakenauto en gevestigd in de regio Utrecht? Meld u dan nu aan voor onze autotestdag. Surf naar www.utrechtbusiness.nl/bijeenkomsten en laat uw gegevens achter. Uiteraard is deelname geheel gratis en vrijblijvend.

We selecteren onze testrijders op basis van aanmelding, dus wees er snel bij. Wilt u als autodealer uw nieuwste modellen ter beschikking stellen aan onze testrijders? Of wilt u als stoplocatie meedoen aan deze dag? Neem dan contact op met Savas Atila (06-55167254) en vraag naar de mogelijkheden.

Tot ziens op de zakenautotestdag



www.utrechtbusiness.nl

VNO-NCW MIDDEN/MKB-MIDDEN

HULP VOOR ONDERNEMERS BIJ VOORBEREIDEN BREXIT

VNO-NCW en MKB-Nederland en de Rijksoverheid zijn in samenwerking met ING, Rabobank en ABN-Amro gestart met de campagne hulpbijbrexit.nl, een toolkit om het bedrijfsleven door de Brexit te helpen. Dat maakten Hans de Boer (voorzitter VNO-NCW), Mona Keijzer (Staatssecretaris Economische Zaken en Klimaat) en Simon Smits (Nederlandse ambassadeur in het Verenigd Koninkrijk) bekend tijdens een speciaal evenement in januari over de Brexit voor honderden ondernemers in de Haagse Malietoren.

WEBSITE HULP BIJ BREXIT

De bij de campagne behorende website bevat eerste informatie voor ondernemers om te starten met hun voorbereiding op Brexit. Veel ondernemers zijn zich namelijk nog niet bewust van wat er op hen afkomt en realiseren zich bijvoorbeeld nog niet dat ze vanaf 29 maart 2019 weer met de douane te maken kunnen krijgen. De gevolgen van de verschillende Brexit-scenario's kunnen ook grote impact hebben op de Nederlandse economie als geheel en de tienduizenden Nederlandse bedrijven die zaken doen (direct of indirect) met het Verenigd Koninkrijk.



Agenda VNO-NCW provincie Utrecht en MKB-Utrecht

10 april - bijeenkomst van MKB-Utrecht over de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG)

10 april - Algemene Ledenvergadering VNO-NCW Midden

25 april – Bedrijfsbezoek van leden VNO-NCW provincie Utrecht aan innovatief en duurzaam bouwproject ('Groen aan de Buurt') van Hopman Vastgoedonderhoud BV

12 juni – Zomerborrel bij Rijkswaterstaat voor leden VNO-NCW provincie Utrecht

Contactpersoon

Helga Brenninkmeijer, regiomanager MKB-Midden en VNO-NCW provincie Utrecht.
Email: h.brennkmeijer@mkb.nl

8 TIPS VOOR EEN GOEDE VOORBEREIDING

Op de site is onder meer een lijst met 8 handzame tips te vinden aan de hand waarvan ondernemers hun voorbereiding op Brexit kunnen beginnen. Het platform hulpbijbrexit.nl wordt de komende tijd verder uitgebouwd in samenwerking met de Rijksoverheid, de banken en de brancheorganisaties waar veel vragen over Brexit binnenkomen. Zo ontstaat een handzame toolkit voor ondernemers.

WAT DOEN LEVERANCIERS?

Tijdens het evenement in de Malietoren lieten diverse experts hun licht schijnen over Brexit en waar het naar toe gaat. Ook gaven experts van ING, KPMG, de Douane en enkele ondernemers de aanwezigen in de zaal concrete tips waar je nu al mee aan de slag kan. Ook werd duidelijk dat Brexit een bedrijf indirect kan raken zonder dat je het zelf doorhebt. Bijvoorbeeld doordat leveranciers producten uit het Verenigd Koninkrijk halen. Daarnaast kunnen supply chains ernstig in de knoei komen. Komende maanden worden meer bijeenkomsten georganiseerd in het land voor ondernemers. Kijk in de eventagenda op hulpbijbrexit.nl

BREXIT NIEUWSBRIEF

VNO-NCW en MKB-Nederland lanceerden onlangs met de overheid ook de speciale Brexit nieuwsbrief om ondernemers en geïnteresseerden te informeren over de voortgang in de onderhandelingen tussen de EU en het Verenigd Koninkrijk.

www.hulpbijbrexit.nl



Helga Brenninkmeijer



Winny van Engelenhoven (l) en Reny Stark (r).

PRIVACYRECHT OP WERKVLOER DRAAIT OM BEWUSTWORDING **NABESCHOUWING SEMINAR VAN VEEN ADVOCATEN**

Het is de nachtmerrie van elke ondernemer of HR-manager om een fraudeur als 'The Wolf of Wall Street' aan te nemen. De Amerikaan Jordan Belfort liep binnen met zijn beleggingsfirma Stratton Oakmont. De ondernemer paste rap zijn levensstijl aan en het geld dat binnenkwam, vloog er even snel weer uit aan drank, drugs, feesten, auto's, boten en andere luxueuze zaken. Dat Belfort zijn geld ook op illegale wijze binnenhaalde, constateerde ook de FBI. Die pakte Belfort uiteindelijk op. Omdat hij meewerkte aan het onderzoek kreeg hij een celstraf van drie jaar.

TEKST: SIMON DE WILDE

Natuurlijk is bovenstaand voorbeeld extreem. Maar als werkgever wil je graag weten wat voor vlees je in de kuip hebt. Daartoe heb je een aantal middelen en één ervan is bijvoorbeeld het doen van onderzoek op social media om een beeld te krijgen van een sollicitant. Daarbij moet je wel goed opletten als werkgever, omdat je te maken hebt met het recht op privacy van de sollicitant.

SEMINAR

Dit is exact waar het om draaide bij het seminar 'Privacyrecht op de werkvloer' van

Van Veen Advocaten op 8 februari 2018. Het interactieve seminar met aansluitend een (netwerk)borrel vond plaats bij BIT Meet-Me in Ede. Een zestigtal ondernemers, directeuren, HR-managers en relaties van Van Veen advocaten waren aanwezig. Winny van Engelenhoven (advocaat arbeidsrecht en ondernemingsrecht) en Reny Stark (advocaat intellectuele eigendom, ICT en privacy) gingen aan de hand van een zestal casussen in op de wetgeving rondom privacy op de werkvloer. Op 25 mei 2018 komt de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp) te vervallen

en treedt in plaats hiervan de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) in werking. Deze wetwijziging brengt met zich mee dat strenger en meer kan worden gehandhaafd op privacy. Iedere organisatie kent verschillende privacyrelaties vertellen de dames. Als ondernemer krijg je informatie binnen van opdrachtnemers, opdrachtgevers, personeel en sollicitanten. Het is de vraag wat je met deze informatie doet. "Als de werkgever dit niet goed regelt dan kan er een boete volgen", legt Stark uit. "Het grote verschil tussen de Wbp en AVG is 'accountability'."

Leonardo DiCaprio speelt Jordan Belfort in de film waarvan de titel verwijst naar de bijnaam die de frauduleuze ondernemer verwierf: The Wolf of Wall Street. De twee dames voerden DiCaprio op in de zes casussen om uit te leggen waar je als bedrijf rekening mee moet houden ten aanzien van de privacy van sollicitanten en werknemers.

CASUS 1 & 2

De eerste twee casussen richten zich op het sollicitatietraject. De dames laten een vacature voor een financieel medewerker zien van het fictieve bedrijf Wolff B.V. De vraag aan het publiek is: wat klopt er niet aan de vacaturetekst? In de zaal klinkt geroezemoes. Er ontbreekt een vermelding in de tekst dat het bedrijf vanwege de functie een screening uitvoert op de sollicitant. De dames lichten toe dat je dit vooraf moet melden. Dit geldt overigens ook als je een potentiële werknemer wil checken op Facebook. Daarnaast moet in de vacaturetekst ook worden aangegeven hoe lang de sollicitatiegegevens worden bewaard. Een en ander is gemakkelijk te ondervangen door een standaardtekst aan de vacature toe te voegen. Als alternatief zou gebruik kunnen worden gemaakt van een sollicitatiecode.

In de tweede casus wordt sollicitant Leo door Wolff B.V. uitgenodigd voor een sollicitatiegesprek. Door middel van stellingen besteden de dames aandacht aan de vragen die wel en niet aan Leo mogen worden gesteld.

CASUS 3

Leo is aangenomen door Wolff B.V. en tekent een arbeidsovereenkomst. Daarin regel je als werkgever zaken als ziekte en vakantiedagen. Ook de wijze waarop wordt omgegaan met de privacy van de werknemer kan hierin worden geregeld. Dit is nu nog vaak een ondergeschoven kindje. Door in de arbeidsovereenkomst een personeelsreglement (met daarin het interne privacybeleid) van toepassing te verklaren op de arbeidsovereenkomst kan dit gemakkelijk worden ondervangen.

Het publiek wordt vervolgens aan de hand van voorbeelden meegegeven dat voor organisaties met een Ondernemingsraad (OR) geldt dat een werkgever instemming aan de OR moet vragen als hij een regeling wil vaststellen, wijzigen of intrekken over het gebruik van personeelsgegevens en/of personeelsvolgsystemen.

CASUS 4

Leo werkt een poos bij Wolff B.V. maar meldt

zich ziek. De directeur wil weten wat er aan de hand is. De HR-dame fluit hem terug, omdat hij wil vragen naar de aard en oorzaak van de ziekte. Ze legt hem fijntjes uit dat dit niet mag. Aan de hand van de vraag 'Wat mag je vragen bij ziekte?' besteden de dames aandacht aan wat een werkgever wel aan een zieke werknemer mag vragen. "Schakel zo nodig de arbodienst zo snel mogelijk in want die mag de werknemer wel vragen naar de aard en oorzaak van ziekte", adviseert Van Engelenhoven het publiek.

CASUS 5

Er is fraude gepleegd bij Wolff B.V. en politie staat bij Wolff B.V. op de stoep. De directeur start een intern onderzoek. Ook hiervoor gelden een aantal regels op gebied van privacy en ook hier geldt dat de werknemer veel rechten heeft. Dit betekent niet dat werkgevers nooit verborgen camera's mogen inzetten of iemands mailbox mogen (laten) controleren. Werknemers dienen hierover wel vooraf door de werkgever te worden geïnformeerd wat toegestaan en wat verboden is, dat controle mogelijk is en op welke manier dat gebeurt. Dit kan bijvoorbeeld in het interne privacybeleid worden opgenomen.

CASUS 6

Als laatste casus wordt door de dames aandacht besteed aan de vraag of heimelijk verkregen bewijsmateriaal kan worden gebruikt in een ontslagprocedure tegen Leo en welke (financiële) gevolgen dit gebruik voor de werkgever zou kunnen hebben.

ONTKNOPING EN TIPS

Voordat Leo is ontslagen door Wolff B.V. is hij er met het verduisterde geld vandoor gegaan. Eind goed al goed voor Leo. Jordan Belfort kwam na drie jaar vrij en geeft lezingen. Wilt u zulke extreme of iets minder extreme situaties voorkomen? De les voor werkgevers is met het oog op de veranderende wetgeving rondom privacy op de werkvloer:

- Creëer inzicht en leg een verwerkingsregister aan
- Stel een intern en extern privacybeleid op
- Betrek de OR of personeelsvertegenwoordiging (tijdig) bij het proces
- Verklaar het interne privacybeleid van toepassing bij aanvang dienstverband
- Informeer werknemers over hun rechten
- Creëer awareness binnen de organisatie
- Zorg voor interne samenwerking want dit onderwerp gaat iedereen aan.



MEER WETEN?

Voor meer informatie over privacy op de werkvloer kunt u contact opnemen met Reny Stark: r.stark@vanveen.com of Winny van Engelenhoven: w.vanengelenhoven@vanveen.com.

BEENEN INDUSTRIAL AUTOMATION, INNOVATOR IN PRODUCTIE-EFFICIENCY

MORGEN IS NU

De industriële revolutie is geen afgebakende fase, maar blijft zich voortzetten. Bedrijven die zich in de (inter)nationale concurrentieslag willen handhaven, moeten hun processen onder controle houden en continu innoveren. Daarvoor schakelen ze bijvoorbeeld Beenen Industrial Automation in, een onderneming die zich steeds meer zuidwaarts beweegt.

TEKST: AART VAN DER HAAGEN FOTOGRAFIE: AART VAN DER HAAGEN, BEENEN

Het efficiënt aansturen van industriële processen, core business van Beenen, klinkt misschien als droge kost, maar een gesprek met managing director Alex van Dalen en accountmanager Klaas Venema levert een fascinerend verhaal op over robots, augmented reality en voorspellend onderhoud. In aanloop daartoe belicht de algemeen directeur een stukje geschiedenis. "De historie van het familiebedrijf Beenen uit het Friese Gorredijk gaat terug tot 1920, met de handel in witgoed en het zelf bouwen van radio's als oorspronkelijke activiteiten. Toen de zonen van de oprichter dat verder uitbouwden, beseften ze dat ze stroom in woningen moesten aanleggen en zo volgde een aparte installatietak. Beide bedrijven bestaan nog. Beenen Industrial Automation is voortgevloeid uit de installatiepoot en valt sinds 1986 onder de handelstak van Batenburg Techniek, na een overname door dit Rotterdamse bedrijf. Binnen de divisie Industriële Automatisering vormen wij de grootste speler in industriële automatisering, met 209 medewerkers en een jaaromzet van dertig miljoen euro."

ZAKENDOEN IN EIGEN REGIO

De Friese roots reflecteren zich in de vestiging te Heerenveen, die in 2006 betrokken werd. Vijf jaar later streek Beenen tevens neer in Zwolle, vanuit een overname van het bedrijfsonderdeel industrie van de firma Koldijk. Gefaseerd trekt de onderneming haar activiteiten steeds meer door naar het zuiden, met het verwerven van een locatie in Nijkerk als recente ontwikkeling, begin 2017. Venema geeft daarvoor twee redenen op. "Vanuit de markt wisten we dat bedrijven in de FoodValley graag zakendoen in hun eigen regio. Daarnaast komen we vanuit het streven om groei te realiseren in een relatief dichtbevolkt gebied terecht, waar we goed personeel kunnen aantrekken. Dat we de mogelijkheid kregen om ons te vestigen in een bestaand kantoorpand van dochterbedrijf Van Dalen Installatietechniek, zonder meteen nieuwbouw te hoeven plegen, maakte de stap extra makkelijk om naar Nijkerk te komen. Het versterken van onze positie en naamsbekendheid in de regio vormt nu een speerpunt."

FOODSECTOR AAN KOP

Beenen Industrial Automation legt zich toe op engineering van soft- en hardware voor het besturen van fabrieken, dus het beheren van productieprocessen, van A tot Z. "Denk aan ontwerpen, installatiewerk, bouw van schakelpanelen, systemen in bedrijf stellen en servicen," legt Venema uit. Van Dalen beschrijft de markten waarop de onderneming zich focust. "Allereerst de foodsector, die vijftig procent van onze omzet bepaalt en daarmee binnen



onze activiteiten aan kop gaat, met klanten als FrieslandCampina, Fonterra, DOC, Nestlé, Aware, Douwe Egberts, NorthSeafood en de industriële bakkerij Wouter de Graaf. Diverse spelers uit de regio FoodValley, dus. Daarnaast zijn we in heel Nederland actief in de markt van drinkwater en waterzuiveringen, onder meer voor Vitens, RW21 en waterschappen, waar we zuiveringsprocessen beheren. Het derde hoofdstuk betreft infrastructuur, hoofdzakelijk bruggen en sluizen, zoals de Arkvaartbrug hier in Nijkerk. Dat doen we eveneens landelijk. Op internationaal, zelfs wereldwijd niveau zitten we in de machinebouw, bijvoorbeeld voor het inpakken van koffie bij Douwe Egberts en de productie van scheerapparaten bij Philips."

DATA COMMUNICATIE

Voor wat dat laatste betreft vult Venema aan: "We richten ons daarbij niet op de mechanica, maar op de besturing, de bekabeling en de sensoren. Deze slimme systemen vallen onder de noemer Smart Industry. In hoge mate gebruiken we BUS-techniek, dat wil zeggen datacommunicatie in plaats van overal losse draden trekken. Het maakt het proces minder arbeidsintensief, minder storingsgevoelig en je kunt meer data tegelijk over het netwerk sturen." Beenen verzorgt (uiteeraard) de koppeling met ERP-systemen, via het leveren van software voor labels van producten, om ze op te slaan in warehouses. Van Dalen: "Welke pallet bevindt zich waar, wat staat erop, wanneer is het geproduceerd, op welk moment gaan de goederen op transport en waar naartoe? Op basis van de verzamelde gegevens maak je bijvoorbeeld snel, efficiënt en geautomatiseerd een verladingsopdracht."

WETEN WELKE GRONDSTOFFEN

Venema beschrijft Beenen Industrial Automation als een specialist in de foodindustrie. "We beschikken daar over diepgaande kennis en worden er veel gevraagd. Onze monteurs weten

hoe ze moeten omgaan met hygiëne en respecteren de regels. Ook bij de manier van installeren vormt dit element een leidraad. Zo komen kabelgoten zo veel mogelijk verticaal in plaats van horizontaal te hangen, waardoor er bijna geen stof op blijft liggen. We leveren MES-software, die kantoorautomatisering aan de productievloer koppelt. Tracking and tracing van producten vormt een wettelijke verplichting; je dient altijd te weten welke grondstoffen ze bevatten." Van Dalen licht toe: "Blijkt er iets mis mee, dan moet je dat kunnen aantonen. Lukt je dat binnen vier uur, dan hoeft je alleen de desbetreffende batch uit de schappen te halen, dus niet de volledige productieserie. Dat bespaart je enorm veel schade, zowel financieel als imagotechnisch."

INTERNATIONAAL STERKE CONCURRENTIEPOSITIE

Boven alle processen hangt het belang van innovatie. "Een elementaire voorwaarde voor ondernemingen te overleven," geeft Venema aan. "Nederland kent een heel open economie met veel exporterende bedrijven. In de foodsector zorgt het buitenland voor vijftig procent van de afname. Wil je als hogelonenland een internationaal sterke concurrentiepositie verwerven en behouden, dan dien je continu te innoveren in je automatisering. Onze klanten moeten zich op hun core business kunnen richten, de productie. De evolutie van automatisering valt voor hen ook niet bij te houden." Volgens Van Dalen ligt daar de meerwaarde van Beenen Industrial Automation. "Door continu boven op de markt en de nieuwste ontwikkelingen te zitten, vergaren wij steeds de meest actuele kennis op het gebied van Smart Industry. We helpen onze klanten stapsgewijs verder. De industriële revolutie kent vier fasen en dan moet je niet met de vierde starten, als het bedrijf in kwestie de derde nog niet voltooid heeft. Kortom, eerst kijken waar een onderneming staat."

“Een eigen pentoffice is gewoon tof”

Christiaan Bilthof en Niels Levert van Piggy Loyalty kozen voor Pentoffice in BISON Office Spaces




Energie label B


1000 gratis parkeerplaatsen


Direct aan NS-station


Vijf minuten vanaf de A2


Vergaderruimtes

Bison Office Spaces: een duurzame en gerenoveerde kantoorlocatie boven een levendig winkelcentrum. Een scherpe huurprijs, parkeervoorzieningen en gelegen naast een NS-station. Met de trein in 5 minuten in Utrecht CS en in vijftien minuten in Amsterdam CS. BISON Office Spaces, uw slimme keuze.

1 jaar gratis huren (met minimale huurperiode van 5 jaar) met code 2018VJ

 **BISON** office spaces
Wassenaarseweg 2020 - 1100, Maarssen, Utrecht

Meer informatie:
bisonoffices.nl



STICHTING
LIVA
WE CARE

 Stichting LIVA
www.stichtingliva.nl



ERP

Warehouse management

Webshops

Een nieuwe
kijk op jouw
business


KING
BUSINESS SOFTWARE

www.king.eu



ROBOT, COBOT

Wat behelzen die innovaties zoal? "Sterk in opkomst is het fenomeen robotics, om zwaar en/of eentonig handwerk van de mens over te nemen," vertelt Venema. "Er bestaan genoeg leveranciers van uitstekende robots, maar het integreren daarvan in de processen vormt een andere tak van sport. Dat vergt heel specialistische kennis en daar ligt ons vakgebied. Zo kennen we tegenwoordig AGV's, zelfrijdende vorkheftrucks zonder bestuurder. Ze halen producten van de lopende band en transporteren ze direct naar de juiste vrachtwagen, op het juiste moment, waarbij ze precies weten hoe ze moeten stapelen. Wij beschikken trouwens in eigen huis over robots om onze medewerkers op te leiden in deze materie." Als interessante derivaat noemt Van Dalen een recente ontwikkeling die 'cobot' heet, feitelijk een coproductie van mens en machine. "Een robot is welbeschouwd levensgevaarlijk en bevindt zich daarom binnen hekken. Hij maakt een beweging en wint het altijd, wanneer een mens te dichtbij komt. Een cobot voelt dat met sensoren en stopt na onverhoede aanraking onmiddellijk met zijn activiteit. Vergelijk het met automatische winkeldeuren. Zijn kleinere formaat zorgt bovendien voor een geringere impact. Dat maakt hem voor minder toepassingen inzetbaar, maar hij kan wel de arbeidsomstandigheden van de mens verlichten door een

deel van de taken over te nemen. Bovendien functioneert zo'n cobot heel precies en leent hij zich prima voor saai, repeterend werk."

IN EEN BRIL GEPROJECTEERD

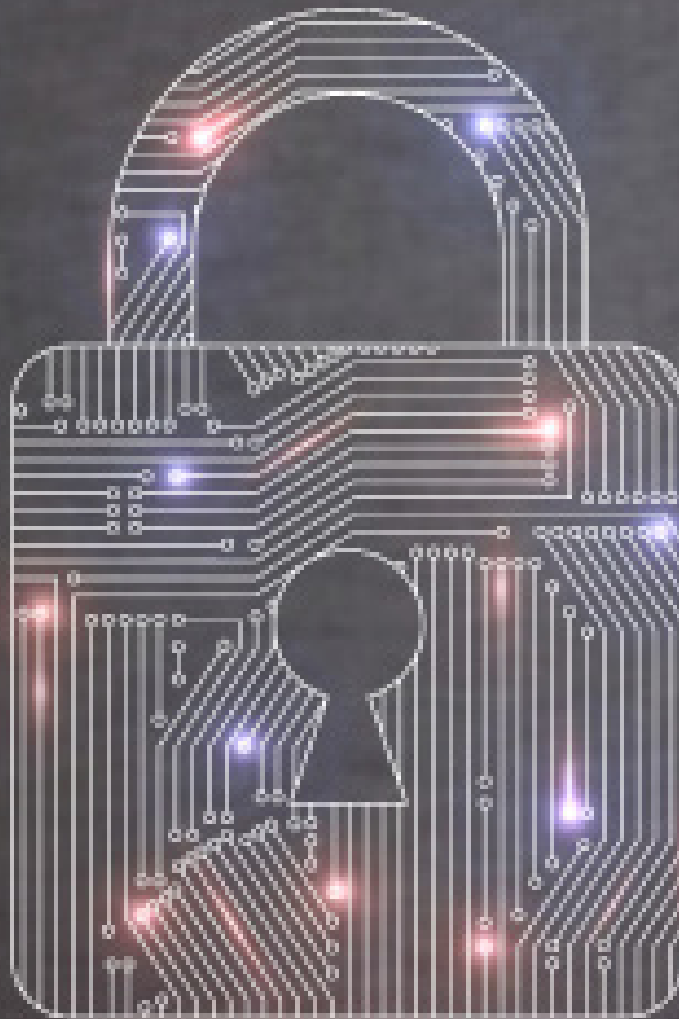
Augmented reality, een term die steeds vaker valt in de Smart Industry. "Het betekent informatie toevoegen aan de werkelijke wereld, via een speciale bril," verklaart Van Dalen. "Een storingsmonteur zet die op wanneer hij voor een besturingskast staat en krijgt dan voor zijn ogen de inhoudelijke gegevens van die kast geprojecteerd. Hetzelfde geldt voor een operator, die door de fabriek loopt, naar een roestvaststalen tank kijkt en direct 'door de bril' ziet wat erin zit, welke temperatuur en welk niveau dat heeft. Die informatie hoeft hij dus niet bij de controlekamer te gaan ophalen." Venema laat het begrip predictive maintenance vallen. "Er vindt een ontwikkeling plaats van preventief naar voorspellend onderhoud. Dat betekent dat je niet meer volgens een vast schema service uitvoert, maar op basis van de realiteit, wat sterk kostenbesparend werkt. Via datalogging geven machines hun conditie aan. Dan vervang je niet meer standaard elk jaar de lagers, maar pas wanneer een trillingsensor in de motor aangeeft dat ze versleten beginnen te raken. We willen nog een stap verder gaan, naar het voorkomen van storingen, door de techniek waarschuwingen te laten geven bij een te hoge

belasting. Wanneer de operator dan bijvoorbeeld het toerental verlaagt, reduceert hij de slijtage en dus op technisch falen."

OP AFSTAND OPLOSSEN

Beenen ondersteunt de industrie ook in het monitoren van energieverbruik. "Alleen al voor de ISO-normering van tegenwoordig moet je dit als fabrikant verplicht meten en een besparingsprogramma laten zien. Wij leveren daarvoor de systemen," zegt Venema. Directeur Van Dalen haalt als laatste de 24/7-service bij storingen aan, waarmee het bedrijf zijn klanten bijstaat. "Via een dataverbinding met de fabriek weten we dat veelal op afstand op te lossen, gemiddeld binnen tien minuten. In het enkele geval dat dat niet lukt, sturen we direct een monteur langs. Zo hoeft een geautomatiseerd systeem waarvan het bedrijf zo afhankelijk is niet lang stil te liggen. Deze service vormt een uitkomst voor veel van onze klanten, die niet aan gekwalificeerd personeel voor hun technische dienst kunnen komen." Met al die ondersteuning en een hoog innovatief vermogen om productieprocessen efficiënter te laten verlopen beweegt Beenen Industrial Automation zich nu steeds meer in het midden en zuiden van het land, waar de foodindustrie en andere sectoren sterk geworteld zijn en een vuist willen blijven maken in de internationale concurrentieslag.

www.beenen.nl



GDPR-COMPLIANT IN ZES STAPPEN

DOE JIJ HET WEL VEILIG?

Cloud computing heeft de laatste jaren flink aan populariteit gewonnen.

Opslag van data in de cloud bespaart investeringen in hardware, is enorm schaalbaar en vermindert de complexiteit van IT-beheer. Een mogelijk nadeel is de afhankelijkheid van de leverancier; problemen kun je immers niet zelf verhelpen. Ook is vaak onduidelijk waar bedrijfsdata zich precies bevindt. Nieuwe wetten dwingen je ertoe je bedrijfsprocessen met betrekking tot data nog eens goed te herzien om flinke boetes te voorkomen.

NIEUWE, STRENGERE PRIVACYWETGEVING

Elk bedrijf dat met persoonsgegevens werkt, moet rekening houden met de nieuwe Europese privacyverordening. Op 25 mei 2018 maakt de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp) definitief plaats voor de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG of GDPR in het Engels). Vanaf dat moment geldt in de hele EU dezelfde wetgeving met betrekking tot privacy en de omgang met persoonsgegevens. Ook bedrijven buiten de EU die gegevens van Europese burgers verwerken (denk aan Google of Microsoft), moeten zich aan de AVG houden.

De verordening geeft burgers meer zeggenschap over hun data en wat daarmee gebeurt. Bedrijven moeten duidelijk maken (en vastleggen!) waarom ze bepaalde (persoons)gegevens nodig hebben en waarvoor die worden gebruikt. Burgers kunnen inzage vragen in opgeslagen data, toestemming intrekken, klachten indienen en gebruikmaken van het recht om vergeten te worden. Nieuw is het recht op dataportabiliteit, waarmee burgers het recht krijgen om de persoonsgegevens te ontvangen die een organisatie van ze heeft.

Overigens is de AVG sinds begin 2016 al in werking getreden, maar bedrijven hebben nog een krap jaar om aan alle regels en onderdelen in de verordening te voldoen. De nieuwe verordening is veel strenger dan de Nederlandse privacywetgeving. Nu moet nog sprake zijn van opzet of grove schuld voordat een datalek wordt gemeld bij de Autoriteit Persoonsgegevens (AP). Die bepaling verdwijnt en bedrijven die zich niet aan de regels houden, kunnen straks rekenen op forse boetes (tot 5 procent van hun wereldwijde omzet).

Om boetes en problemen te voorkomen, is het van belang tijdig voorbereidingen te treffen. Zo moeten organisaties die persoonsgegevens verwerken, documenteren welke gegevens worden verwerkt, met welk doel, waar data vandaan komt en met wie deze wordt gedeeld. Sommige organisaties zijn daarnaast verplicht om een functionaris gegevensbescherming (FG) aan te stellen. Die is verantwoordelijk voor de meldplicht en bekleedt een onafhankelijke positie binnen de organisatie. De AP biedt een stappenplan aan dat bedrijven op weg helpt om aan de AVG te voldoen.

DE AVG EN CLOUD COMPUTING

Steeds meer bedrijven maken gebruik van de cloud voor de verwerking van data, soms ter vervanging van hun eigen servers en opslag, soms door gebruik van SaaS. In veel gevallen zijn daarbij persoonsgegevens betrokken. Omdat de leverancier daar ook toegang tot heeft, bijvoorbeeld als hij beheeractiviteiten uitvoert, is het van belang afspraken te maken over beveiliging en geheimhouding. Doorgaans wordt dat vastgelegd in een bewerkersovereenkomst. Als klant moet je controleren of de cloudleverancier voldoet aan de verplichtingen, en actie ondernemen als dat niet het geval is.

Een belangrijk aandachtspunt – zeker bij het werken met cloud-diensten – is doorgifte naar het buitenland. Er worden strenge eisen gesteld aan het (ver)plaatsen van persoonsgegevens op servers buiten de EU. Het moet duidelijk zijn waar de gegevens

zich bevinden en of de locatie een ‘passend beschermingsniveau’ heeft. Voorkom problemen door te kiezen voor een cloudleverancier die enkel gebruikmaakt van servers binnen de EU. Verder schrijft de AVG voor dat beveiligingsincidenten waarbij data is gelekt direct gemeld moeten worden bij de Autoriteit Persoonsgegevens. Na beëindiging van een cloudcontract (of faillissement van de leverancier) vindt een overdracht van gegevens plaats. Ook moet de leverancier de gegevens van zijn servers verwijderen.

ZO WORD JE COMPLIANT

Privacy Management Partners en cloudbeveiligingsbedrijf Netskope onderscheiden zes zaken waaraan organisaties die persoonsgegevens verwerken en gebruikmaken van de cloud moeten voldoen. Door deze stappen te doorlopen, word je compliant.

- Weet waar leveranciers van cloud-apps gegevens verwerken en opslaan. Houd daarbij rekening dat data kan circuleren tussen de verschillende datacenters waarvan de app gebruikmaakt.

- Neem adequate beveiligingsmaatregelen om persoonlijke data te beschermen tegen verlies, aanpassing en ongeoorloofde verwerking. Wees er zeker van dat de cloud-apps die je gebruikt voldoen aan de beveiligingsstandaarden.

- Controleer je dataverwerkingsovereenkomst met de aanbieders van de cloud-apps die je gebruikt. Zo weet je zeker dat ze voldoen aan de eisen van de nieuwe Europese privacywetgeving.

- Verzamel alleen data die je écht nodig hebt en beperk de verwerking van ‘speciale’ gegevens, die betrekking hebben op bijvoorbeeld ras, etniciteit, politieke voorkeur en religie. In principe hoeft alleen de data benodigd voor de functionaliteit van de cloud-app verzameld te worden.

- Sta niet toe dat clouddiensten persoonlijke data voor andere doeleinden gebruiken. Leg vast dat de klant eigenaar is van de data en dat deze niet met derden wordt gedeeld.

- Zorg dat persoonsgegevens worden gewist wanneer er niet meer gebruik wordt gemaakt van de clouddienst of -app.

Daarnaast is het goed om binnen de organisatie awareness te creëren, niet alleen over de nieuwe privacywetgeving, maar ook over het belang van informatiebeveiliging in het algemeen. Vaak is het niet het systeem dat onveilig is, maar liggen de risico's juist in het gebruik van de applicaties. Train en informeer daarom je medewerkers.

www.inspireertbeterondernemen.nl



JIM, WAAR ONDERNEMERS ELKAAR HELPEN GROEIEN

OPZWEPEND INNOVATIEKLIMAAT

Werken in een dynamische omgeving tussen andere ondernemers begint zich steeds meer als een vertrouwd fenomeen te nestelen binnen het bedrijfsleven, waarbij kreten klinken als 'kruisbestuiving' en 'netwerken'.

Het klinkt allemaal veelbelovend, maar krijgt pas echt lading wanneer je er actief het juiste klimaat voor schiept, zoals JIM in Utrecht. Daar is in anderhalf jaar tijd een innovatieve community van starters en doorgroeiërs ontstaan.

55



Annebel Bosma

De term 'ondernemen' suggereert dat je nooit stilzit en op je lauweren rust, maar altijd bezig blijft met de zoektocht naar nieuwe markten en producten of diensten om daarop af te stemmen. Toch springen de echte innovators eruit. Zij kenmerken zich niet alleen door durf, maar ook door een open houding ten aanzien van het onbekende, zonder vooringenomenheid en scepsis. Daarmee verklaren ze zich ontvankelijk voor nieuwe ideeën, bedoeld en misschien soms zelfs onbedoeld aangedragen door hun omgeving of opgewekt tijdens inspirerende contactmomenten. Precies daar raken we de kern van JIM, een afkorting van Jaarbeurs Innovation Mile. Fysiek betreft het de zesde etage van het Beatrixgebouw in Utrecht, op steenworp afstand van het NS-station en Hoog Catharijne, met ruim 6000 vierkante meter vloeroppervlak aan werkeilanden, flexplekken en aanverwante faciliteiten. Door een slimme indeling, doordachte belichting en een decoratie die huiselijkheid met industriële elementen mixt oogt het geheel veel knusser dan het klinkt. Mooi, maar daarmee is maar een klein beetje van het verhaal verteld.

SAMEN INNOVEREN

"Als Jaarbeurs huldigen we het credo 'wij brengen de handel in beweging', wat er in de praktijk op neerkomt dat we ons continu toelleggen op het verbinden van markten, merken en partijen en op die manier een meerwaarde voor hen creëren," zegt Annebel Bosma, account- en community-manager bij JIM. "Bij beurzen en evenementen ontstaan heel mooie dingen, maar veelal lopen de contacten daaromheen kortstondig en we zien dat organisaties op zoek zijn naar meer. Neem de groep startende ondernemers, die in de beginperiode veel netwerken en sparren met hun zakelijke omgeving. Naarmate hun bedrijf groeit en ze het drukker krijgen, verschuift dat naar de achtergrond, dan raken ze meer intern gefocust en beginnen het klankborden en contacten leggen te missen. Iedere onderneming ontwikkelt zich op zijn eigen manier en je kunt veel van elkaar leren, zelfs - of misschien wel juist - als je een andere tak van sport beoefent. Ideeën van buitenaf brengen je vaak verder en waarom zou je niet samen innoveren, de krachten bundelen? Kijk naar het succes van Senseo, waarin Douwe Egberts en Philips elkaar als partners vonden. Ook in de dienstverlening werkt dat, als er raakvlakken liggen."

NIET IN GESLOTEN KAMERTJES

Om voor die gedachtegang het juiste klimaat te scheppen, opende JIM in november 2016 zijn deuren. "Wij zijn niet anders gewend



dan markten, merken en partijen met elkaar verbinden, alleen doen we dat sinds anderhalf jaar ook in een fysiek-operationele vorm, op een permanente manier,” licht Bosma toe.

“Daarmee spelen we in op de veranderingen in het bedrijfsleven, in de manier waarop mensen zakendoen met elkaar. Ze bekijken kritisch waar ze de beste informatie op een efficiënte manier vandaan kunnen halen, waarbij het resultaat zwaarder weegt dan het kostenplaatje. Bij JIM vinden ze elkaar en zo helpen ze elkaar verder, speciaal de ondernemers die de opstartfase achter de rug hebben en zich verder willen ontwikkelen, in het kader van kwantitatieve en kwalitatieve groei. Innovatie vindt niet plaats in gesloten kamertjes, maar in een omgeving waar gelijkgestemden en andersdenkenden samenkomen. Wij streven ernaar om die ontmoetingen te faciliteren.”

GROEN, SLIM EN GEZOND

“Wat wij doen, is niet zo zeer vierkante meters verhuren, maar een community creëren,” vervolgt Bosma. “Daarmee beogen we organisaties aan te trekken die een hoger doel voor ogen hebben, die vanuit een innoverend vermogen echt verder willen komen. Binnen JIM maken we een koppeling naar de thematiek van de stad Utrecht: groen, slim en gezond. Affiniteit met één of meer van deze elementen zorgt voor veel kansen wanneer je hier een flexplek bezet, hoewel andere ‘bloedgroepen’ soms voor een heel verfrissende inbreng zorgen. Voor de invulling van de ‘Branded Spaces’ bij JIM stellen we een link met de thematiek als voorwaarde, omdat we immers willen bewerkstelligen dat bedrijven elkaar helpen groeien door kennis te delen en samen te innoveren, bijvoorbeeld met een nieuwe dienst. Wat bij wijze van spreken begint met het lenen van een pen of een USB-stick, krijgt een vervolg in het uitwisselen van oplossingen - ‘hoe ben jij dat probleem aangevlogen?’ - en misschien wel het inschakelen van elkaars capaciteit en specialismen. Daarna zou een samenwerking kunnen ontstaan om met elkaar iets nieuws op de markt te brengen, waarvan je beiden de vruchten plukt. Op dat gebied beginnen de eerste succesvolle initiatieven zich nu af te tekenen.”

SPECIALE ACTIVITEITEN

Persoonsgebonden flexplekken verhuurt JIM in drie abonnementsvormen: fulltime, één of twee dagen per week; in alle gevallen maandelijks opzegbaar. “Daarbij beschik je over de diensten van een hostess en toegang tot gemeenschappelijke faciliteiten, zoals een multifunctioneel print- en kopieerapparaat, een koffiemachine, een koelkast en een vaatwasser,

maar ook speciale concentratiewerkplekken, belboots, loungezitzjes en overlegtafels. Voor privacygevoelige gesprekken valt een spreekbox te reserveren. Onze Branded Spaces mag je zien als bedrijfseilanden van acht tot dertig, maximaal 35 werkplekken. Die bevinden zich op een podium, omringd met stukjes wand waarop je logo's en andere uitingen kunt aanbrenge. Meetingruimtes zijn voor deze ondernemingen kosteloos beschikbaar en indien gewenst voorzien we in catering.” Een aanvullende meerwaarde van JIM schuilt volgens Bosma in speciale activiteiten. “Elke maand vindt tussen de bewoners community-overleg plaats, waarin dingen als de omgang met elkaar centraal staan. Tijdens strategische meetings gaat het meer over het creëren van win-winsituaties binnen het collectief. Binnenkort starten we met borrels, die een wat informeler karakter dragen.”

GELOVEN IN WEDERKERIGHEID

Een aantal ondernemers organiseert (kennis) sessies voor zijn eigen achterban, periodiek of op specifieke momenten. “Dat vind ik mooie voorbeelden van hoe zij hun netwerk bij dit platform betrekken, iets dat ik sowieso veelvuldig zie gebeuren,” zegt Bosma. “Daarnaast spreekt JIM tot de verbeelding bij andere ondernemers die er op bezoek komen, zodanig dat bijna de volledige bezetting via-via is ontstaan, zonder dat wij intensieve marketing hebben hoeven plegen. Als rode draad zie je dat alle bedrijven hier zitten met de insteek dat ze niet alleen iets willen halen, maar ook iets komen brengen, een toegevoegde waarde bieden. Wij geloven in wederkerigheid. Verder valt me op dat de ondernemers zich hier echt thuisvoelen. Dat lees ik af aan het gemak waarmee ze

rondlopen, ergens een plekje kiezen en elkaar benaderen om te sparren en samen te werken. Op de achtergrond stimuleren wij dat door deuren en muren zo veel mogelijk weg te laten en koffiemachines op enkele strategische plekken neer te zetten, zodat mensen elkaar vanzelf ontmoeten.”

BÈTA-OMGEVING

Met alle Jaarbeurs-faciliteiten binnen handbereik liggen er volop mogelijkheden om bruggetjes te slaan naar evenementen, die voor innovatieve ondernemers als proeftuin kunnen dienen om het potentieel van nieuwe producten of diensten te peilen. “Wij leggen actief verbindingen tussen organisatoren en de ondernemers die in JIM zitten, wat mooie kruisbestuivingen oplevert. Een mooi voorbeeld daarvan vormt het JIM-plein tijdens de beurs Zorg & ICT. Het enorme bereik van Jaarbeurs kan voor innoverende ondernemers van onschatbare waarde zijn.” Eén vraag blijft nog hangen: in welke mate zal JIM evolueren? “Wij spreken wel eens over een permanente bèta-omgeving, die met de bedrijven en de markt mee blijft veranderen. Wie weet breiden we het concept straks uit naar meer etages, elk toegespitst op een deel van de erg brede thematiek ‘groen, slim en gezond’. Dan kunnen de ondernemers zich nog meer focussen en elkaar in een innovatief klimaat helpen groeien.”

Meer informatie:

jim.spaces.nexodus.com

JAARBEURS, HET HANDELSHART

Ruim een eeuw na de oprichting heeft Jaarbeurs in Utrecht nog niets van zijn functie als hart van de Nederlandse handel en bedrijvigheid verloren, met de laatste decennia een internationaal kaliber. Jaarlijks vinden 2,1 miljoen bezoekers gemakkelijk de weg naar deze bruisende plaats, waarbij de centrale ligging in het land nog altijd als een niet te onderschatten pluspunt geldt. “Onze twee locaties, namelijk de Jaarbeurshallen en het Beatrixgebouw, bevinden zich bovendien dicht bij het knooppunt van het openbaar vervoer in Nederland,” geeft Annelise Bosma aan. “We bedienen de zakelijke markt vanuit twee organisaties. Venue & Service zorgt voor alle faciliteiten wanneer andere partijen iets willen organiseren, zoals een training, een workshop, een productpresentatie, een congres, een beurs of een andersoortig evenement, bijvoorbeeld Thunderdome, Bright Day en het MKB Ondernemers Congres. Onze andere tak, Merken & Content, vervult zelf de organiserende rol en zet landelijk bekende evenementen op touw als Zorg & ICT, de Vakantiebeurs, MOTORbeurs Utrecht en de BouwBeurs. Juist vanuit die ervaring kunnen wij ons heel goed verplaatsen in onze opdrachtgevers en creatieve oplossingen aandragen.”

Meer informatie: Jaarbeurs.nl

1000 m² INSPIRATIE

VLOEREN EN RAAMBEEKLEDING

In onze showroom kunt u volop ideeën opdoen hoe u uw woning sfeer- en in geheel eigen stijl kunt inrichten. Kom daarom snel eens langs voor een verhelderende nieuwe kijk op woninginrichting bij Vocking Interieur, Ambachtsweg 1 in Nieuwegein.

VLOEREN EN VLOERBEDEKING

Grootse keuze in **tapijt en vinyl**, kijk, vergelijk en maak uw keuze uit de honderden showstalen in merken als Desso, van Besouw, Novilon, Parade en Interfloor.

In onze harde **vloerenhoek** showen wij een uitgebreide en stijlvolle collectie moderne en rustieke, "woodlook" vloeren. Hout, laminaat en PVC van o.a. de merken Meister, TFD, Quickstep, Mflor, Therdex, Hollandsche vloeren, Moduleo en Hakwood.



VLOERKLEDEN



o.a. Brink & Campman, Harlequin, Brinker, De Munk Carpets, NI-Label, en Sanderson.

De voordelen van Vocking Interieur:

- grootse keuze
- duidelijk advies
- vakkundige stoffeers
- CBW zekerheid

P Gratis

PVC-vloeren Laminaat
Houten vloeren Marmoleum
Vinyl Tapijt Matten Horren
Behang Binnenzonwering
Gordijnen Vitrage Shutters



Luxaflex[®]

Gallery

RAAMBEEKLEDING

In het **binnenzonwering-eiland** met daarin de merken Luxaflex[®], BeCe, NL-Label, Velux en Jasno Shutters laten wij de diverse stijlen en mogelijkheden demonstratieklaar zien.

Grootse **gordijnencorner** met ruim 200 showgordijnen en honderden stalen van de merken Eijffinger, JAB, Kobe, Artelux, dePloeg, Kendix en NL-Label.

interieur
VOCKING
vloeren & raambekleding

Showroom: Ambachtsweg 1 - Nieuwegein www.vockinginterieur.nl

Maandag 13:00-17:00 uur Dinsdag t/m vrijdag 09:00-17:00 uur zaterdag 10:00-17:00 uur koopavond vrijdag 18:00-21:00 uur



CLUISTRA BEGROET UITBREIDING HYUNDAI I30-REEKS

SCHERPE RANDJES

Die zagen we even niet aankomen: expansie van het Hyundai i30-programma met de Fastback, een variant met coupéachtige trekjes en een snuffje premium. Autobedrijf Cluistra in Veenendaal meldt echter nog een andere aanwinst, namelijk de bloedsnelle i30 N. Daarmee begint de reeks van deze evenwichtige middenklasser aardig uit te dijen.

TEKST: AART VAN DER HAAGEN
FOTOGRAFIE: HYUNDAI

Vijfdeurscoupés in het C-segment, ze bestonden in de jaren negentig een tijdje, waarna we ze nooit meer hebben teruggezien. "Hyundai pakt nu de draad op met een dergelijke variant van de i30, de Fastback, die dankzij 11,5 centimeter meer lengte en drie centimeter minder hoogte gestrekter en dynamischer oogt," vertelt Henry Wijnen, bedrijfsleider bij Cluistra Veenendaal. "Een deel van dat laatste zit in het met een halve centimeter verlaagde sportonderstel, dat mede dankzij een vijftien procent stijvere wielophanging de rijeigenschappen nog wat moet aanscherpen. De Fastback deelt zijn benzine-turbomotoren met de andere i30's, te weten een 1.0 T-GDI met 120 pk en een 1.4 T-GDI met 140 pk. Naar wens valt bij de zwaarste krachtbron de handgeschakelde zesbak in te wisselen voor een zeventrapsautomaat met dubbele koppeling. Ook qua

innovaties loopt de nieuwe telg, die wij in april in de showroom zullen opstellen, in de pas met de rest van de serie. Denk aan uitgebreide multimedia en vele elektronische veiligheidsvoorzieningen, waarvan botspreventie, vermoeidheidsherkenning, rijstrookassistentie en automatisch grootlicht standaard zijn. Vanaf € 27.795 bestel je de i30 Fastback in Comfort-uitvoering, inclusief 17-inch lichtmetalen wielen, extra getint glas achterin en diverse accenten in chroom en hoogglans zwart."

NÜRBURGRING

Wijnen benoemt nog een absolute lekkernij, die recent aan de serie werd toegevoegd. "Tests op de Nürburgring en Hyundai's WRC-ervaring leverden de spectaculaire i30 N op, een puur op prestaties afgestemde hot hatch met een handgeschakelde zesbak en een 2.0 T-GDI-motor die 250 pk produceert, wat met het Performance Pack zelfs uitgroeit tot 275 pk. In dat laatste geval krijgt de auto een elektronisch geregeld sperdifferentieel, een rear stiffness bar, een variabel uitlaatsysteem en extreem grote remschijven mee. Sowieso beschikt elke N over een aangepaste stuurinrichting, een verlaagd sportonderstel, launch control, elektronisch geregelde schokdemping, een functie die automatisch tussengas geeft en instelbare rijmodi. Uiteraard ontbreken sportstoelen niet en ook de overige uitrusting van de minimaal € 39.995 kostende i30 N is op niveau." Het sportieve topmodel gaat uit van de hatchback, de carros-

serievariant die in 2016 als eerste de nieuwe lijn voor de middenklasse uitdroeg. "Medio 2017 volgde een belangrijke aanvulling in de vorm van de i30 Wagon, die zich qua laadvolume met 602 tot 1650 liter onder de koplopers in zijn klasse mag scharen, ook al zie je dat aan het elegante lijnenspel niet af," aldus de bedrijfsleider van Cluistra Veenendaal. "Buiten het i30-nieuws vestigen we graag nog even de aandacht op de Hyundai Ioniq Plug-in Hybrid, die 63 kilometer volledig elektrisch kan rijden en een theoretisch verbruik realiseert van 1,1 l/100 km. Inclusief een rijke uitrusting kunnen we hem aanbieden vanaf € 29.995, waarbij de eerste leveringen in april plaatsvinden. Voor ondernemers bestaan interessante fiscale regelingen."

www.cluistra.nl



Gijsbert van der Meulen

INTERVIEW GIBSBERT VAN DER MEULEN (AD HOC DATA)**“NOOIT MEER MET HAGEL
SCHIETEN”**

Wie bedrijfsadressen nodig heeft voor gerichte marketing- en salesacties, doet er goed aan eens aan te kloppen bij Ad Hoc Data. Met circa 3 miljoen organisaties in haar database en een bijzonder eenvoudig selectiesysteem waarmee gebruikers van de database zélf uit de voeten kunnen om hun doelgroep te selecteren, is met hagel schieten voorbij. “Denk in doelgroepen en benader organisaties met een relevant verhaal”, is dan ook de boodschap van directeur Gijsbert van der Meulen.

Er zijn nogal wat manieren om aan bedrijfsinformatie te komen die waardevol is voor u als ondernemer. Eén van die manieren is een samenwerking aangaan met Ad Hoc Data. Begonnen in een tijd die niet meer te vergelijken is met nu (elk kwartaal werden cd's met adressen opgestuurd naar klanten) en door de jaren heen uitgegroeid tot een gigantische én actuele database waarin klanten zelf makkelijk aan de slag kunnen met het samenstellen van hun perfecte doelgroep.

MODERNISEREN

"Die ontwikkeling is natuurlijk stapsgewijs gegaan, maar was wel echt nodig", legt Gijsbert van der Meulen (sinds 2012 directeur bij Ad Hoc Data) uit. "De keerzijde van succes kan zijn dat je vergeet dat je moet blijven verbeteren – noem het 'gouden handboeien'. Tot je op een gegeven moment wakker wordt en merkt dat de wereld om je heen wél veranderd is. Dat zijn we voor geweest, door stapsgewijs te moderniseren, uiteraard met een heel helder beeld voor ogen van waar we naartoe wilden."

BELANGRIJKE STAPPEN

De stappen die gezet werden, hebben geleid tot een 'selfservice' database met de gegevens van circa 3 miljoen organisaties, waarin klanten van Ad Hoc Data makkelijk hun doelgroepen kunnen vormen. Compleet online en overal te raadplegen door geautoriseerde gebruikers. "Dat is een heel goede stap geweest", geeft Van der Meulen aan. "Kortgeleden hebben we een belangrijke uitbreiding doorgevoerd. We hadden tot voor kort 1,7 miljoen organisaties in onze database, maar dat is verhoogd naar 3 miljoen – een stijging van bijna 80%! Daarnaast hebben we, naast de tientallen kenmerken die we al in onze database hebben staan, per organisatie ook nog eens veel meer informatie toegevoegd. Over de functies, oppervlakten en bouwjaren van bedrijfspanden bijvoorbeeld, maar ook of ze importeren of exporteren, franchisenemer of -gever zijn en hoeveel filialen ze hebben. Allemaal informatie waar je als bedrijf iets aan kan hebben om je eigen doelgroep haarscherp te definiëren. Hierdoor komen we uit op zo'n 280 miljoen gevulde cellen in onze database, waarbij we ook nog eens 12 keer per jaar voor updates zorgen."

GOEDKOPER

Het systeem is er niet ingewikkelder op geworden en juist dat is waardoor Ad Hoc Data – in vergelijking met concurrerende bedrijven – tegen opvallend lage tarieven

kan werken. "We hebben een paar duizend klanten en die kunnen zelf eenvoudig hun selecties maken, dus we hoeven geen heel callcenter in te richten om vragen te beantwoorden. We willen klantencontact zoveel mogelijk beperken. Niet omdat we geen contact met onze klanten willen, maar gewoon omdat we geloven dat ons systeem zo prettig werkt, dat ze ons niet nodig hebben. Als je iets koopt, dan wil je gewoon dat het direct werkt. Zonder handleiding en zonder iemand te hoeven bellen. Bij ons is dat het geval. Ik denk dat wij ons werk het beste doen, als ze ons verder helemaal niet nodig hebben. En mocht het wel nodig zijn, dan staan we altijd klaar om per telefoon, chat of mail ondersteuning te bieden. Op die manier zijn we vaak echt 80% goedkoper dan onze directe concurrenten."

WAARDE VAN DATA

De juiste data is heel belangrijk, maar Ad Hoc Data weigert er belachelijke prijzen voor te vragen. Van der Meulen: "We vragen een bedrag waarvan wij vinden dat het een eerlijke prijs is. Natuurlijk is data belangrijk, maar ik zou het onzin vinden – en het gebeurt echt – dat je per regel informatie 20 tot 30 cent moet betalen. Complete onzin. Een paar cent per regel is wat ons betreft veel realistischer. Iedereen biedt redelijkerwijs dezelfde data aan, daarom onderscheiden we ons primair in kosten, met behoud van een persoonlijke

service en heel veel gebruiksgemak. Ik spreek bedrijven die voor meer dan 10.000 euro klant zijn bij een concurrent, maar bij ons voor nagenoeg dezelfde data minder dan 1.000 euro zouden betalen. De goedkoopste licentie kost bij ons een paar tientjes per maand en geeft toegang tot onze complete database en de mogelijkheid om iedere maand tot 5.000 leads te downloaden. Zo ver gaat het dus."

DOELGROEPEN

Volgens Van der Meulen moeten bedrijven zich vooral eens afvragen wat een klant hen mag kosten. "Gelukkig groeit dat besef bij veel bedrijven. Op het moment dat je die vraag zorgvuldig beantwoordt, ga je ook in doelgroepen denken. Benader je doelgroep vervolgens met een relevant verhaal. Wees je vooral ook bewust dat 'niet relevant communiceren' niet alleen niet tot nieuwe klanten leidt, maar ook zorgt voor negatieve emoties rond je merk. Als je mij zeventien keer ongevraagd benadert omtrent een nieuwe badkamer terwijl ik daar helemaal niet naar op zoek ben, dan irriteert dat. En mocht ik ooit op zoek naar een badkamer zijn, dan zal ik juist niet bij jou kopen. Dat schieten met hagel moet je echt niet meer willen en is ook helemaal niet meer nodig. Wij bieden daar een ideale én betaalbare oplossing voor."

www.adhocdata.nl

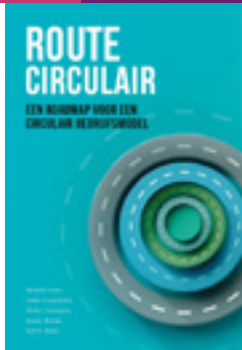


ROUTE CIRCULAIR

DOOR GUIDO BRAAM, DIONNE EWEN, KAREN MAAS, LIEKE OSSENBLOK EN HELEN TOXOPEUS

Het besef dat transformatie naar een circulaire economie noodzakelijk is, dringt steeds breder door. Maar organisaties die na deze bewustwording concrete stappen willen zetten, worstelen met de vraag waar te beginnen. Hoe om te gaan met de vaak tegengestelde effecten op korte en lange termijn? En levert een circulaire bedrijfsvoering ook geld op? Het antwoord op die laatste vraag luidt bevestigend, blijkt uit *Route Circulair*. Dit boek beschrijft *best practices* van ruim dertig bedrijven. Daarbij is een onderverdeling gemaakt in verschillende manieren van sturing bij een circulaire aanpak: op een innovatief bedrijfsmodel, grondstoffen en materialen, productontwerp en productie, waardepropositie en verkoopstrategie, gebruikersoptimalisering alsmede hergebruik. Verhelderend, want de te volgen weg is voor elke organisatie anders. De voorbeelden zijn niet alleen leerzaam maar inspireren ook. Het maakt *Route Circulair* tot een waardevolle *roadmap*. Extra drijfveer om deze ook echt te gebruiken: winnaars van morgen hebben de eerste circulaire stappen al gezet.

165 pag. ISBN 978-90-2325-585-7. € 24,95.
Koninklijke van Gorcum.



BRAND THE CHANGE

DOOR ANNE MILTENBURG

Er komen steeds meer social *entrepreneurs*. En die zijn hard nodig, gezien de grote opgaves op sociaal en milieugebied. Om echte impact te creëren, staan zij voor dezelfde uitdaging als elke andere ondernemer: hoe overtuig ik mijn doelgroep, hoe zet ik aan tot gedragsverandering en actie? Want hoop is geen merkstrategie, benadrukt Anne Miltenburg. Omdat goede bedoelingen zich niet zelf verkopen, schreef zij *Brand the change*. Het boek wil sociale ondernemers helpen om hun boodschap met succes aan te man te brengen. Of het nu gaat om een product of dienst dan wel een beoogde rol als opinieleider en beïnvloeder. Daartoe bevat *Brand the change* cases over krachtige merken, essays van gastauteurs plus 23 handvatten en oefeningen voor het bouwen van een sterk sociaal merk.

224 pag. ISBN 978-90-6369-478-4. € 29,90.
BIS Publishers.



SIX BATTERIES OF CHANGE

DOOR PETER DE PRINS, GEERT LETENS EN KURT VERWEIRE

Voor organisaties is verandervermogen een cruciale eigenschap in een omgeving die steeds sneller wijzigt. Het hoge tempo zorgt ervoor dat de impact van een verkeerde keuze enorm kan zijn. Niet alleen rationele maar ook emotionele aspecten zijn bepalend voor falen of succes. Een rigide, lineaire benadering voldoet niet langer; flexibiliteit is gevraagd. De Prins, Letens en Verweire ontwikkelden een model met zes batterijen. Om de voor een succesvolle verandering benodigde energie te kunnen leveren, moeten deze allemaal volledig opgeladen zijn. De batterijen staan voor cruciale veranderaspecten: strategie, managementinfrastructuur, planning & implementatie, topteam, bedrijfscultuur en de verbinding met medewerkers. Samen vormen zij het samenspel van hard- en software dat leidt tot verandering met blijvende impact.

301 pag. ISBN 978-94-0144-718-8. € 34,99.
LannooCampus.



DEEL NOOIT HET VERSCHIL

DOOR CHRIS VOSS MET TAHL RAZ

Voormalig FBI-medewerker Chris Voss onderhandelde op het scherp van de snede. Niet over de aanschaf van een nieuwe auto of een andere woning, maar in zaken van leven en dood. Voor de FBI was Voss twintig jaar lang onderhandelaar in gijzelings- en ontvoeringszaken. *Deel nooit het verschil* biedt een intrigerende blik achter de schermen van deze Amerikaanse federale politiedienst. De ervaringen die daar Voss opdeed, blijken relevant voor tal van alledaagse onderhandelingsituaties. Hij wijst onder meer op het belang van stemgebruik en non-verbale communicatie. Ook empathisch vermogen en emotionele intelligentie blijken onmisbaar voor een optimaal onderhandelingsresultaat.

269 pag. ISBN 978-94-6319-090-9. € 19,95. Scriptum.





Heeft u alle lijntjes in beeld?

WhatsApp, Messenger, e-mail en telefoon. Op een drukke dag meerdere telefoongesprekken en berichten tegelijkertijd. Hoe zorgt u voor effectieve klantcommunicatie? Met de juiste persoon? Zet mens en technologie effectiever in en maak samen met ons uw organisatie beter bereikbaar.

DOWNLOAD E-BOOK
[LAGARDE.NL/BETERBEREIKBAAR](https://www.lagarde.nl/beterbereikbaar)

Lagarde

Voorthuizerstraat 69C
3881 SC Putten
Telefoon (0341) 37 57 57
www.lagarde.nl

Lagarde B.V. is onderdeel van



NOG MEER WAARD

**DE EXTRA COMPLETE MAZDA2 DYNAMIC+
NU RIJKLAAR € 17.990,-
€ 2.695,- VORDEEL**

Standaard met nog meer;

- 7-inch multimediasysteem • 16-inch lichtmetalen velgen
- Airconditioning • Cruise Control • Lane Departure Warning
- Parkeersensoren achter • LED mistlampen • Navigatie



AUTOBEDRIJF CLUISTRA NIEUWEGEIN
Betuwehaven 1 | 3433 PV Nieuwegein | 030 - 6062598 | www.cluistra.nl |

Mazda2 vanaf € 16.590,-. Gemiddeld verbruik Mazda2 van 3,4 tot 4,9 liter per 100 km / van 29,4 tot 20,4 km per liter / CO₂-uitstoot van 89 tot 115 g/km. Prijzen incl. BPM, BTW en kosten rijklaar maken. Prijzen excl. metallic/mica lak en eventuele opties. De Mazda2 Dynamic+ is in een gelimiteerde oplage verkrijgbaar, uitvoering is leverbaar zolang de voorraad strekt. Overige consumentenacties niet mogelijk i.c.m. het Mazda2 Dynamic+ aanbod. Afgebeeld model kan afwijken van de daadwerkelijke specificaties. Prijswijzigingen voorbehouden. Zie voor kosten en voorwaarden: www.mazda.nl.



VAN MEER WAARDE

NU TIJDELIJK TOT € 2.000,- MEER INRUILWAARDE

**Door ANWB verkozen tot meest
waardevaste kleine SUV**



AUTOBEDRIJF CLUISTRA NIEUWEGEIN
Betuwehaven 1 | 3433 PV Nieuwegein | 030 - 6062598 | www.cluistra.nl |

Mazda CX-3 vanaf € 23.990,-. Gemiddeld verbruik Mazda CX-3 van 4,0 tot 6,4 liter per 100 km / van 25,0 tot 15,6 km per liter / CO₂-uitstoot van 105 tot 150 g/km. Prijzen incl. BPM, BTW en kosten rijklaar maken. Prijzen excl. metallic/mica lak en eventuele opties. Actie geldig bij aanschaf van een Mazda CX-3 met registratie voor 31 maart 2018. Inruil aanbod niet geldig in combinatie met andere acties. Mazda CX-3 Dynamic en Mazda CX-3 GT Luxury zijn uitgesloten van het inruil aanbod. Afgebeeld model kan afwijken van de daadwerkelijke specificaties. Prijswijzigingen voorbehouden. Zie voor kosten en voorwaarden: www.mazda.nl.