NOORD-LIMBURG

Jaargang 13 | nummer 1 | april 2021

BUSINESS

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE VOOR DE REGIO NOORD-LIMBURG

COVERSTORY TRIAS

NIEUWE KANSEN VOOR HET MKB

FAMILIEBEDRIJVEN
STILLE MOTOR VAN DE NEDERLANDSE ECONOMIE

TIPS VOOR ONLINE NETWERKEN

VAN MUNSTER MEDIA FACTORY

marketing- en communicatiemakers

Gespecialiseerd in het creëren en beheren van media, in de meest brede zin van het woord. Bij ons vind je alle kennis en services onder één dak. We kunnen je helpen met elke gewenste media-uiting. Of dit nu online of offline is!

vmmf.nl

DE LANGE WEG TERUG NAAR ‘NORMAAL’

Een jaar geleden kwam in mijn voorwoord voor het eerst het coronavirus aan bod. Niet iedereen zag toen de ernst van de situatie in. Er werd vooral gebaald van het feit dat Nederland in lockdown ging, maar er heerste ook optimisme. Dit virus was waarschijnlijk in het voorjaar wel weer weg.

Helaas blijkt de weg terug naar ‘normaal’ erg lang. Een jaar na onze kennismaking met deze bezoeker waar niemand op zit te wachten, hebben we te maken met lockdown nummer drie, inclusief avondklok. We zijn gewend aan een werkend leven dat grotendeels uit digitale contacten bestaat. Waar we in maart en april 2020 een kwartier voor de start van de vergadering via Teams of Zoom zenuwachtig keken of alles wel werkte, komen we nu net als bij live bijeenkomsten vlak voor de start online binnenvallen. We zijn allang de tel kwijt van het aantal digitale borrels, bingo’s, beurzen, trainingen en salesgesprekken waar we aan hebben deelgenomen. De techniek werkt (meestal), je blijft met elkaar in contact en iedereen is het erover eens; het haalt het gewoon niet bij live. Om die online netwerkborrels toch een beetje effectief te houden, verzamelden we enkele tips.

Hoewel veel bedrijven zijn getroffen door de coronacrisis, zijn er ook ondernemingen die al die tijd gewoon zijn blijven doordraaien. Deze bedrijven zijn in staat om mee te bewegen met de markt en weten hun product of dienst daarop aan te sluiten. Vaak zijn dit familiebedrijven die continuïteit als rode draad hebben. Ondernemers die op zaterdag in de schuur een briljant product uitvinden waarmee ze vervolgens de wereld veroveren. Maar tegelijkertijd blijven ze heel bescheiden. Reden des te meer om in deze editie eens wat beter stil te staan bij deze regionale kanjers.

Veel leesplezier!

Sofie Fest
Hoofdredacteur Noord-Limburg Business
sofie@vanmunstermedia.nl

INHOUDSOPGAVE

6 Coverstory TRIAS: Nieuwe kansen voor het mkb
10 LWV: Hoe toekomstbestendig is mijn bedrijf?
12 Familiebedrijven: Stille motor van de Nederlandse economie
14 Schoonmaakbedrijf Wilms: Hét schoonmaakbedrijf voor Noord- en Midden-Limburg
16 Familie Venezia over Dutch Graphic Group: "Ondernemen is ons leven"
20 Business Flitsen
21 Column NewDay: Practice makes perfect!
22 Rühl Haegens Molenaar: Zorg dat je systemen de juiste data leveren
23 Veilig en verantwoord proefritten inplannen met Plan-IT Proefrit
24 ZeroPlex: Het verschil maken met ICT
26 Brexit zorgt voor een nieuwe werkelijkheid
29 Column Voor de Zaak: Mag de werkgever arbeidsvoorwaarden wijzigen vanwege COVID-19?

van munster media groep

Zakenmagazine voor de regio Noord-Limburg
Dit zakenmagazine maakt onderdeel uit van Noord-Limburg Business; een on/offline platform voor ondernemers uit de regio Noord-Limburg.

JAARGANG 13
April, editie 1

REDACTIE-ADRES
Postbus 6684, 6503 GD Nijmegen
Kerkenbos 12-24A, 6546 BE Nijmegen
Tel. (024) 373 8505
Fax (024) 373 0933
info@vanmunstermedia.nl

UITGEVER
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE
Sofie Fest

REDACTIEBIJDRAGEN
Hans Hajée, Jessica Scheffer, Aart van der Haagen, John van Heel, Gian Kerstges

VORMGEVING / OPMAAK
Jan-Willem Bouwman, Joost Franken, Lisanne Cobussen

FOTOGRAFIE COVER
Joost Franken

DRUK
Balmedia

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
VM Sales en Support B.V.
Joshua Titaley
t: 024-642 1917

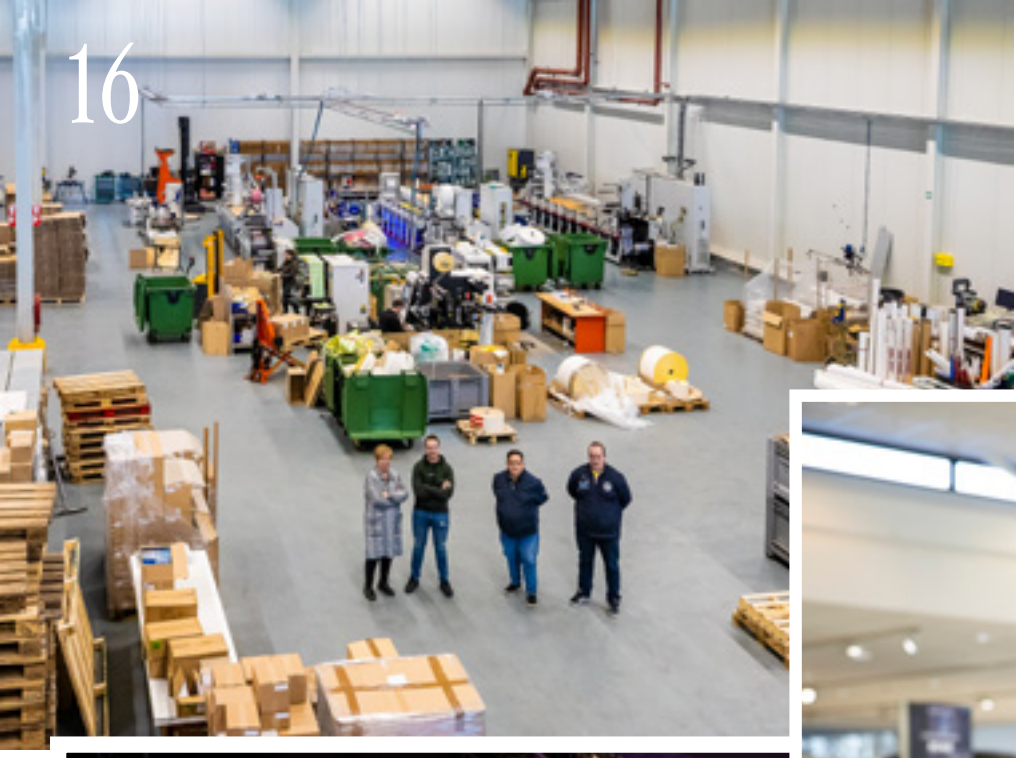
ABONNEMENTEN
Abonnementen kunnen op elk gewenst tijdstip ingaan. Alle abonnementen hebben een looptijd van één jaar en worden automatisch verlengd. Opzeggingen kunnen uitsluitend schriftelijk worden doorgegeven en dienen uiterlijk twee maanden voor de vervaldatum in ons bezit te zijn.

COPYRIGHTS
Het auteursrecht op de in dit tijdschrift verschenen artikelen wordt door de uitgever voorbehouden.

Hoewel de informatie gepubliceerd in deze uitgave zorgvuldig is uitgezocht en waar mogelijk gecontroleerd, sluiten de uitgever en de redactie uitdrukkelijk iedere aansprakelijkheid uit voor eventuele onjuistheden en/of onvolledigheid van de verstrekte gegevens.

© 2020 Overname van artikelen is slechts mogelijk na verkregen schriftelijke toestemming van de uitgever

www.noordlimburgbusiness.nl
ISSN: 2543-3237



30 Venlo Convention Bureau zet in op zakelijk toerisme
32 De Maaspoort over online en hybride events: Blijvend of een hype?
34 Tips voor online netwerken
37 VVV-FIT: Hét nieuwe gezondheidsconcept voor het zakelijke netwerk
38 Welkom bij BS Morgen
42 Dit zijn de social media trends voor 2021
44 Crisis: de ideale tijd voor conceptie
46 Een leefstijlscan voor alle medewerkers

Fotografie: Joost Franken

EUROPESE PROGRAMMAPERIODE BIEDT MILJARDEN AAN SUBSIDIE VOOR INNOVATIE

NIEUWE KANSEN VOOR HET MKB

De komende zeven jaar stelt de Europese Unie maar liefst 11 miljard euro aan subsidie ter beschikking aan innovatie in Nederland. Daarvan zal naar schatting 109 miljoen naar de drie zuidelijke provincies gaan: alleen al in het OP-Zuid programma (één van de vele subsidiemogelijkheden waar bedrijven gebruik van kunnen maken). Maar met een beschikbare subsidie ben je er volgens Ron Coenen van subsidie-adviesbureau TRIAS nog niet. “Je moet wel weten welke pot je moet aanspreken en hoe je je aanvraag moet voorbereiden.”

Algemeen directeur Ron Coenen van TRIAS uit Venlo zit inmiddels al ruim 18 jaar in het subsidie-adviesvak. Samen met zijn team van specialisten in Venlo en Maastricht houdt hij nauwlettend alle ontwikkelingen rond Europese, landelijke en provinciale subsidies in de gaten. De periode van de komende zeven jaar biedt volgens Ron kansen voor innovatieve ondernemers in de regio. “Elke zeven jaar stelt de Europese Unie opnieuw haar beleid vast in de vorm van een Europese Programmaperiode”, legt Ron uit. “Daarin wordt vastgelegd waar het geld naartoe gaat en wat dit gaat kosten. Voor de periode 2021-2017 heeft de Europese Raad een nieuw pakket gepresenteerd, inclusief beleid en een grote pot met geld. Het gaat in totaal om 1.074 miljard euro - 1,1% van het bbp van de EU - waarvan 11 miljard euro naar Nederland gaat. Hiervan is naar verwachting 109 miljoen euro bestemd voor OP-Zuid: een subsidieprogramma waar innovaties in Zeeland, Noord-Brabant en Limburg gebruik van kunnen maken. Daar komt dan nog een bedrag van de Nederlandse overheid bij.”

THEMA’S WAAR HET OM DRAAIT; WERKEN AAN EEN BETERE TOEKOMST!

Of je als ondernemer over een deel van deze enorme pot kunt beschikken, hangt mede af van in hoeverre je innovatie in lijn loopt met

het beleid van de Europese Unie. “De EU zet het geld weg in meerdere thematische programma’s. De vijf hoofdthema’s voor de komende periode zijn groen, reductie van de CO_2-uitstoot, verbonden/slimmer, sociaal- en maatschappelijk betrokken. Naar verwachting zal 65 tot 85% van het geld aan de eerste drie thema’s worden besteed. De Green Deal en digitalisering lopen als een rode draad door deze thema’s (zie kader). Zuid-Nederland (de provincies Zeeland, Noord-Brabant, Limburg) heeft samen met het Rijk, de Europese Commissie en diverse stakeholders een Regionale Innovatie Strategie (RIS3) opgesteld voor het inzetten van deze subsidiefondsen en de beoogde impact op economisch en maatschappelijk niveau. De RIS3 kijkt daarbij naar technologie en innovatie, maar ook naar de impact van de innovatie op de maatschappij en of de producten en diensten hierin passen. CO_2-opslag is bijvoorbeeld een mooie methode om de klimaatverandering tegen te gaan, maar er is ook veel ophef over. De subsidies worden onder andere via regionale subsidieprogramma’s zoals OP-Zuid, POP3 of Interreg verstrekt. Zij gebruiken de RIS3 weer als richtlijn.”

HERSTELFONDS

Naast deze nieuwe Europese Programma-periode krijgt Nederland net als de andere lidstaten van de Europese Unie extra financiële middelen om de economische gevolgen van de coronacrisis op te vangen. “Via het coronaherstelfonds Next Generation EU komt er extra geld naar Nederland”, licht Ron toe. “Dit geld is bestemd voor innovatieve ondernemers met groene en digitale producten en diensten die bijdragen aan het economisch herstel. Het geld wordt uitgegeven via verschillende fondsen, waaronder de Recovery and Resilience Facility (5 miljard euro) en REACT-EU (50 miljoen).”

FOCUS OP VERMARKTEN

Wat de beschikbare programma’s extra interessant maakt, is dat er meer nadruk wordt gelegd op het vermarkten. Ron: “Het proces van onderzoek naar vermarkten wordt in navolging van de NASA-ladder uitgedrukt in technology readiness levels (TRL) die lopen van 1 (onderzoek) tot 9 (vermarkten). Waar voorheen niveaus 8 en 9 nog een beetje als ‘vies’ werden beschouwd, streeft de Nederlandse overheid nu juist de niveaus tussen 6 en 9 na. Het geïnvesteerde geld moet de economie vooruithelpen en dat lukt alleen als een product wordt vermarkt. Ook de fondsen in Europa kijken bij hun programma veel meer naar de fase na de ontwikkeling. Dat is gunstig voor het bedrijfsleven. Het mkb is bij uitstek de partij die producten op de markt brengt en op die manier bijdraagt aan de werkgelegenheid en het economisch herstel in de regio.”

“DIT GELD IS BESTEMD VOOR INNOVATIEVE ONDERNEMERS MET GROENE EN DIGITALE PRODUCTEN EN DIENSTEN DIE BIJDRAGEN AAN HET ECONOMISCH HERSTEL.”

KRITISCHE BLIK

Om in aanmerking te komen voor een subsidie via een van de eerder genoemde fondsen, is een goede voorbereiding essentieel. “Hoewel de EU bij elke nieuwe periode de intentie heeft om de regelgeving voor het bedrijfsleven te vergemakkelijken en het aantal administratieve handelingen te verlagen, blijft het nastreven van een single book rule lastig. Als subsidie-adviesbureau gaan wij alleen met de ondernemer het traject in als er echt een kans van slagen is. Dat begint bij het werpen van een kritische blik op je eigen bedrijf. We dagen ondernemers uit en laten hen nadenken over hun bedrijfsmodel. Ondernemers hebben vaak de beste ideeën maar zijn meestal niet zo sterk in het pakkend opschrijven van deze ideeën.”

CONCURRENTIE OP AANVRAGEN

Vervolgens is het zaak om een strategische keuze te maken wat betreft het type subsidie. Daarbij kijkt het team van TRIAS of de onderneming aan alle eisen voldoet en wat de deadline voor het indienen van de aanvraag is. “De afgelopen jaren is er een enorme toename in aantallen aanvragen ontstaan en ook de concurrentie op aanvragen is gestegen. Dat geldt met name voor de subsidies die direct via de EU worden verstrekt en dat zijn vaak de subsidies die ondernemers voor ogen hebben. Wil je daarvoor in aanmerking komen, dan moet je innovatief genoeg zijn, aan diverse regels voldoen, voldoende patenten hebben en moet je je product of dienst niet binnen een al te lange periode kunnen vermarkten. Je concurreert met bedrijven uit andere lidstaten, mede daardoor is de kans van slagen slechts 2 tot 3%. De organisaties in onze regio die er uiteindelijk in slagen om deze subsidies binnen te halen, zijn vooral actief rond de vier Brightlands Campussen die Limburg rijk is. Bij een regionale subsidie heb je een grotere kans van slagen, omdat je dan concurreert met provinciegenoten.” Wanneer de meest geschikte subsidie is gekozen, helpt TRIAS met het schrijven van de aanvraag. Daarbij kijken de specialisten naar de aansluiting bij de subsidieprogramma’s en of het uitvoerbaar is binnen de gestelde tijdsperiode en het budget. Ook het proces erna, van voortgangsrapportages tot de eindafrekening kan door het subsidie-adviesbureau worden ondersteund.

DUURZAAMHEID EN DIGITALISERING

Bij de Europese Programmaperiode 2021-2017 vormt de Green Deal een belangrijke rode draad. Deze Green Deal heeft als doel om de economie van de Europese Unie duurzaam te maken. Het gestelde doel is concreet; de netto-uitstoot van broeikasgassen moet tegen 2050 tot nul zijn gereduceerd. Innovatieve producten en diensten die hieraan bijdragen maken dus extra kans om in aanmerking te komen voor subsidies en regelingen.

Hetzelfde geldt voor digitalisering. De Europese Raad wil met het programma Digital Europe de strategische digitale capaciteiten van de Europese Unie opbouwen en ervoor zorgen dat digitale technologieën makkelijker en breder kunnen worden toegepast. Zuid-Nederland geeft in de Regionale Innovatie Strategie (RIS3) aan dat Zeeland, Noord-Brabant en Limburg een sterke positie op sleuteltechnologieën en Artificial Intelligence (AI) hebben. Het digitaliseren van de economie en samenleving levert binnen de transities energie, grondstoffen, klimaat, landbouw en voeding en gezondheid bovendien kansen op. De producten die hieruit voortkomen, kunnen goed vermarkt worden.

KANSEN VOOR LIMBURG

Ondanks het feit dan het selecteren van de meest geschikte subsidie en het indienen van de aanvraag een complex traject kan zijn, profiteert het bedrijfsleven in Limburg volgens Ron van een aantal voordelen. “De combinatie van vier Brightlands Campussen, een bloeiende maakindustrie, een innovatief mkb en het feit dat deze partijen elkaar goed weten te vinden, maakt dat hier producten en diensten worden ontwikkeld die bij uitstek in aanmerking komen

“WE DAGEN ONDERNEMERS UIT EN LATEN HEN NADENKEN OVER HUN BEDRIJFSMODEL.”

voor subsidies. De ontwikkelingen op de Brightlands Campussen sluiten heel goed aan bij de vijf transities die wereldwijd en in de drie zuidelijke provincies spelen. Deze transities (energie, grondstoffen, klimaat, landbouw en voeding, gezondheid) leveren bovendien een bijdrage aan het realiseren van de Green Deal. Op de campus in Geleen worden bijvoorbeeld nieuwe materialen ontwikkeld zoals een alternatieve brandstof voor de scheepvaart die zorgt voor 90% minder CO_2-uitstoot. Waar in Maastricht Mosa Meat bezig is met het ontwikkelen van kweekvlees dat veel minder milieubelastend is. En in Venlo heeft hightech startup AgXeed een nieuw concept voor een lichtgewicht tractor ontwikkeld dat zorgt voor minder bodemverdichting en dus duurzamere landbouw. Op de Smart Services Campus in Heerlen staat digitalisering centraal. We zitten hier echt spot on wat betreft mondiale transities. Dat maakt het aanvragen van subsidies uit de beschikbare fondsen makkelijker. En die fondsen leveren uiteindelijk een belangrijke bijdrage aan de kennis, innovatie en het banenaanbod in onze regio. Daar werken wij als subsidie-adviesbureau graag aan mee.”

v.l.n.r Ramon Niesen, Jol Stoffers, Mark Hendriks

LWV, ZUYD LECTORAAT EMPLOYABILITY EN LEO LOOPBAAN ONTWIKKELEN FUTURE PROOF HUMAN CAPITAL SCAN

HOE TOEKOMSTBESTENDIG IS MIJN BEDRIJF?

Heb ik voldoende werknemers als de economie aantrekt? Kan ik afschalen als het tegenzit? Zijn mijn mensen voldoende opgeleid, breed inzetbaar en hoe blijven ze gezond? Vragen die veel ondernemers zich stellen, zeker in deze onzekere coronatijd. De Future Proof Human Capital Scan geeft antwoorden en helpt bij het vinden van oplossingen.

De naam zegt het al: de Future Proof Human Capital Scan brengt in beeld of een bedrijf klaar is voor de toekomst. “Althans op het gebied van Human Resources”, zegt Mark Hendriks, expertisemanager Arbeidsmarkt en Onderwijs bij de Limburgse Werkgevers Vereniging (LWV). “We weten dat veel ondernemers worstelen met verschillende vraagstukken. Flexibel op- en afschalen is er één van. Natuurlijk kun je mee-ademen met de marktvraag door uitzendkrachten in te huren of weer af te stoten, maar is dat altijd de beste oplossing? Zeker in een krappe arbeidsmarkt wil je liever de goede en ervaren mensen aan je binden. Maar wat als het minder gaat? Met de scan halen we boven water of de ondernemer kan mee-ademen met een veranderende vraag.”

VERANDEREN

Een belangrijk vraagstuk dat mee-ademen, zegt prof. dr. Jol Stoffers, lector Employability aan Zuyd Hogeschool en hoogleraar aan de Open Universiteit Nederland. “Temeer omdat de economie zo snel verandert. Vroeger had je cycli van pakweg vijf jaar, nu ligt het tempo veel hoger. Dat heeft niet alleen te maken met deze crisis, maar vooral ook met technologische ontwikkelingen, ICT, data intelligence en de snel veranderende verhoudingen in de wereld. Dat vertaalt zich ook naar de bedrijven hier in Limburg. Van hen wordt verwacht dat ze wendbaar zijn, snel kunnen reageren en zelfs hun strategie inrichten op de volatiliteit in Europa. In dat verband is de employability en de duurzame inzetbaarheid van de medewerkers cruciaal.”

BEELD

Met deze thema’s benoemt de professor, naast het op- en afschalen, de vier pijlers van de Future Proof Human Capital Scan, afgelopen najaar ontwikkeld door het Zuyd Lectoraat Employability in samenwerking met de LWV en Leo Loopbaan. “Geen wetenschappelijk instrument, maar juist in deze crisis hebben we gekozen voor een praktijkgericht- en breed toegankelijk instrument”, benadrukt Jol Stoffers. “Het gaat erom dat we een beeld krijgen hoe de ondernemer zijn HR-zaken geregeld heeft, welke problemen hij ervaart en hoe hij de toekomst ziet. Basis van de scan zijn de antwoorden van die ondernemer op een aantal vragen over de vier genoemde thema’s. Vervolgens gaan we de antwoorden analyseren en trekken we conclusies.”

ADVIES

En daarbij blijft het niet, vult Mark Hendriks aan. “Nee, ten eerste vergelijken we de analyse met andere scans in de branche van de ondernemer. Een goede benchmark zet zaken vaak in het juiste perspectief en maakt duidelijk dat je niet de enige bent met vragen en onzekerheden. Vervolgens koppelen we aan de analyse ook een uitgebreid persoonlijk advies en indien gewenst een plan van aanpak.” Met dat plan van aanpak komen de partners van LWV nadrukkelijk in beeld: de Leerwerkloketten, LWV Business College, WSP en Leo Loopbaan.

KENNIS

“Bij deze clubs zit heel veel kennis en expertise op het gebied van arbeidsmarkt, loopbaanbegeleiding en levenlang leren”, zegt Ramon Niessen, directeur van Leo Loopbaan. “Organisaties met brede netwerken. Een scan is mooi, maar je moet er ook concreet mee aan de slag kunnen. Met een ontwikkelplan wellicht, workshops, intervisie, webinars of door samenwerking te zoeken met andere bedrijven. Misschien kan er onderling personeel geruild worden, kunnen medewerkers elders invallen als het bij het eigen bedrijf wat rustiger is. We moeten creatief zijn, de beschikbare mensen zo goed mogelijk inzetten en ze up-to-date houden.”

De scan is bedoeld voor bedrijven met minstens 10 en maximaal 300 werknemers en is kosteloos. Mark Hendriks: “De Future Proof Human Capital Scan past in het landelijke project Perspectief op Werk. Aanvankelijk vooral gericht op het werven van mensen met een zogenoemde afstand tot de arbeidsmarkt om de krapte aan personeel op te lossen. Met de scan trekken we dat project wat breder en kijken we nadrukkelijk naar het totale HR-plaatje binnen een bedrijf. Zo dragen we bij aan een gezondere arbeidsmarkt in Limburg.”

INZICHT

Deelnemers aan de scan krijgen dus snel en kosteloos inzicht in hun belangrijkste HR-uitdagingen. Daarnaast krijgen ze concrete handvatten om deze uitdagingen op te pakken en worden hun prestaties vergeleken met branchegenoten (benchmark). De eerste scanronde is inmiddels gehouden, de komende maanden verwacht de LWV nog tientallen aanmeldingen.

Meer informatie en aanmelden voor de scan: www.lwv.nl

FAMILIEBEDRIJVEN

STILLE MOTOR VAN DE NEDERLANDSE ECONOMIE

Familiebedrijven zijn bescheiden. Ze blijven vaak onder de radar. En omdat familiebedrijven geregeld zijn gevestigd buiten de Randstad, hebben ook politici en beleidsmakers hen niet altijd in het vizier. Hierdoor lopen Nederlandse familiebedrijven een achterstand op in vergelijking met beursgenoteerde ondernemingen, start-ups en partijen uit het buitenland. Terwijl het juist de familiebedrijven zijn die de drijvende kracht zijn van de Nederlandse economie. Hun focus op de lange termijn is daarvan de oorzaak.

CONTINUÏTEIT ALS BASIS

Waar veel beursgenoteerde bedrijven sturen op kwartaalcijfers, ligt dat bij familiebedrijven anders. Zij hebben continuïteit als basis. Bij familiebedrijven is winst geen doel, maar een middel. Het bedrijf goed doorgeven aan de volgende generatie staat centraal. Daardoor voert de intrinsieke motivatie om het goed te doen de boventoon. En dat zie je aan hun bijdrage aan economie, maatschappij, duurzaamheid en innovatie. Bij een familiebedrijf wordt net dat stapje extra gezet, omdat het gaat over het eigen bedrijf, het eigen geld en de eigen reputatie. Een jaar met minder of geen winst is overkomelijk. Door banen te behouden en in te teren op eigen vermogen, houden zij de Nederlandse economie draaiend in moeilijker tijden.

BETEKENIS VOOR NEDERLAND

De betekenis van familiebedrijven voor Nederland is groot. 273.000 bedrijven in Nederland zijn een familiebedrijf, ruim 60% van het totaal (CBS, 2018). En met 2,46 miljoen banen zijn die familiebe-

drijven gezamenlijk de grootste werkgever van Nederland. Uit onderzoek blijkt bovendien dat familiebedrijven loyaler zijn naar hun medewerkers en meer blijk geven van compassie, solidariteit en vertrouwen. Zo leveren zij een cruciale bijdrage aan de Nederlandse economie en maatschappij.

Een voorbeeld is Neptunus Structures uit Kessel in Noord-Limburg. Ook in moeilijker tijden blijft het bedrijf, dat tenten bouwt voor evenementen, voor zijn medewerkers zorgen. Sinds de uitbraak van corona en het ontbreken van evenementen heeft Neptunus Structures veel minder werk om handen. Om deze periode te overbruggen, heeft het bedrijf nieuwe afzetmarkten aangeboord. Van tenten voor tijdelijke ziekenhuizen en teststraten tot kantines, restaurants en opslag. Daarnaast zijn medewerkers uitgeleend aan andere bedrijven. De medewerkers blijven in dienst bij Neptunus, maar werken tijdelijk ergens anders.

BETEKENIS VOOR DUURZAAMHEID

Op het gebied van duurzaamheid doen familiebedrijven goede zaken. Ook dit heeft direct te maken met de afwezigheid van externe aandeelhouders. De korte termijn legt immers minder gewicht in de schaal. Zakelijke beslissingen voor een duurzaam bedrijfsbeleid en toekomst worden daardoor in meer vrijheid en onafhankelijkheid genomen. Het vasthouden aan duurzame (SDGs) bedrijfsdoelen door familiebedrijven verdient navolging, ook in moeilijke tijden.

Zo heeft de uitbraak van corona geen invloed gehad op de uitwerking van SDGs bij familiebedrijven LC Packaging en Smit & Zoon. Smit & Zoon is actief in leerproducten en -toepassingen en ambieert in 2025 een sociaal en ecologische duurzame leerketen te hebben bereikt. Bij Smit & Zoon gaat het om het bieden van eerlijk inkomen voor mensen, kansen voor de toekomst, een veilige werkomgeving en respectvolle omgang. LC Packaging richt zich op eerlijk werk en economische groei, industrie, innovatie en infrastructuur, verantwoorde consumptie en productie en samenwerken op doelstellingen te bereiken.

BETEKENIS VOOR INNOVATIE

Doordat familiebedrijven denken in generaties in plaats van kwartalen zijn zijn deze bedrijven gemiddeld innovatiever dan niet-familiebedrijven. Veel innovatieprojecten vereisen een lange termijnblik van minstens vijf tot acht jaar, ideaal voor het familiebedrijf. Uit onderzoek van Windesheim blijkt dat familiebedrijven vanwege hun langetermijnvisie efficiënter omgaan met R&D dan niet-familiebedrijven. Voor echte innovatie, 'nu veel geld investeren met een onzekere uitkomst in de verre toekomst', zijn familiebedrijven onmisbaar.

Zo verwachtte Koppert Biological Systems uit Berkel en Rodenrijs begin deze eeuw dat schimmels en bacteriën een goed alternatief zouden vormen voor chemische gewasbescherming en bestrijdingsmiddelen. Het wereldwijd actieve familiebedrijf had er meer dan tien jaar onderzoek voor over om tot een baanbrekende gewasbeschermingsaanpak te komen. Schimmels en bacteriën kunnen nu vitale ecosystemen op een natuurlijke manier herstellen en beschermen, zodat kwekers op een milieuvriendelijke manier voedsel- en siergewassen kunnen telen.

Hun bescheidenheid siert familiebedrijven. Toch zou het goed zijn als deze belangrijke, stille motor van de Nederlandse economie wat meer aandacht zou krijgen. De focus op continuïteit, duurzaamheid en innovatie verdient dat.

Kijk op www.fbned.nl voor meer informatie over familiebedrijven.

SCHOONMAAKBEDRIJF WILMS: HÉT SCHOONMAAKBEDRIJF VOOR NOORD- EN MIDDEN-LIMBURG

“HET FAMILIAIRE KARAKTER BLIJFT”

Sinds Jesper van Brakel in 2012 het schoonmaakbedrijf van zijn vader overnam, is de organisatie flink uitgebreid qua omvang en expertise. Maar het familiaire karakter blijft. “Door als organisatie relatief klein te blijven, houd je het contact met de klanten goed en weet je wat er speelt.”

Hein Wilms startte in 1982 met zijn bedrijf en had toen slechts één bakfiets als vervoersmiddel. Hiermee verzorgde hij de glasbewassing bij Venlose en Blerickse ondernemers. Later werd dit uitgebreid met diverse schoonmaakdiensten. Volgens huidig directeur Jesper van Brakel, die het stokje in 2012 van zijn vader overnam, is er in 38 jaar veel veranderd. “Het bedrijf is uitgegroeid tot een allround facilitaire schoonmaakpartner. We verzorgen het gevelonderhoud, draaien kantinediensten, leveren sanitaire benodigdheden en onderhouden de volledige koffievoorziening. Vorig jaar hebben we met de overname van het bedrijf Floorpoint onze expertise verder uitgebreid. Floorpoint is gespecialiseerd in de complete renovatie van natuurstenen vloeren.”

Ook intern pakt Jesper de zaken anders aan waarbij gebruik wordt gemaakt van de mogelijkheden van nu. “Neem bijvoorbeeld de digitale werkkast waar onze medewerkers op elke locatie met een eigen log-in toegang tot hebben. Daar vinden ze hun werkschema, planning, productinformatie en het voorraadbeheer. De digitale werkkast maakt onze processen gestructureerd en zorgt voor overzicht. Wanneer een collega bijvoorbeeld niet conform planning op locatie is, krijgen we een melding en kunnen we nabellen of alles in orde is. Ook de klant kan in deze digitale omgeving precies zien wie wanneer is langsgeweest en eventueel een notitie voor de medewerk(st)er van Wilms achterlaten.”

FAMILIAIR KARAKTER

Sinds de overname door Jesper heeft Schoonmaakbedrijf Wilms flinke stappen gemaakt in omvang en uitbreiding van expertise, maar het familiaire karakter is en blijft aanwezig bij alle stappen die het bedrijf zet. “Mijn oom, Ton Wilms, is al vanaf augustus 1986 met heel veel plezier als glazenwasser in het bedrijf actief. GlaWa, een nieuwe particuliere afdeling, wordt sinds afgelopen jaar gerund door mijn neef Hennie. Hij verzorgt met dit bedrijf de glasbewassing

Fotografie: Marcel Aerts - FotoHuis Venray

voor particulieren in de gehele regio. Ook heeft hij de diensten van Arts Schoonmaakdiensten (particuliere glasbewassing) uit Venray toegevoegd aan zijn pakket."

UITBREIDING

Zelf is Jesper met het bedrijf naar een nieuw pand in Grubbenvorst verhuisd en recentelijk is de nieuwe website gelanceerd. Met deze stappen is het bedrijf helemaal klaar voor de uitbreiding van het werkgebied. "In Venray is geen kleinere regionale schoonmaakpartij actief, en dat terwijl de ondernemers daar wel behoefte aan hebben. Zij hebben liever dat de euro's in de regio blijven en willen bovendien dat hun schoonmaakbedrijf maatschappelijk betrokken is. Dat past helemaal bij onze visie. Bij de Venrayse relaties die we al hebben mogen verwelkomen, laten we regelmatig ons gezicht zien. Het communiceert toch prettiger wanneer je het gezicht achter het bedrijf kent."

Om de communicatie laagdrempelig te houden, kiest Jesper bewust voor een kleine en platte organisatie. "Mijn collega Anita doet de backoffice, de boekhouding en de administratie, Paul is onze duizendpoot en verzorgt de gehele schoonmaakplanning. Door relatief klein te blijven, houd je het contact met je relaties goed en weet je wat er speelt. Toen de coronacrisis uitbrak, hebben we bijvoorbeeld alle klanten nagebeld om te vragen hoe het ging en om te kijken of ze de schoonmaak wilden opschalen of juist afschalen. Daarnaast hebben we speciale wensen van klanten, bijvoorbeeld het extra schoonmaken van aanrakingsoppervlakten zoals klinken en lichtschakelaars, meegenomen in het werkschema. Die flexibele houding vind ik heel erg belangrijk."

KIND AAN HUIS

Diezelfde betrokkenheid heeft Jesper voor zijn medewerkers. "Je collega's zijn de mensen die het moeten doen en die voor tevreden klanten zorgen. Een aantal van hen werkt zelfs al meer dan tien jaar voor ons en is kind aan huis bij onze relaties. Afgelopen jaar was het lastig om net dat beetje extra voor ze te doen. Toch heb ik een coronaproof kerstevent kunnen organiseren. Het was erg geslaagd, er wordt nu nog binnen het team over gesproken." Met zo'n hecht team heeft Jesper er alle vertrouwen in dat Schoonmaakbedrijf Wilms de komende jaren verder door zal groeien. "Voor zowel alle bestaande als de nieuwe relaties geldt: wij zijn er voor ze."

EEN ECHT FAMILIEBEDRIJF

Schoonmaakbedrijf Wilms is wat je noemt een echt familiebedrijf. "Op jonge leeftijd werkte Hein Wilms binnen het schoonmaakbedrijf van zijn zwager", vertelt tweede generatie en huidig directeur Jesper van Brakel. "Na een aantal jaren besloot Hein om vrachtwagenchauffeur te worden. Toen hem na enkele jaren ter ore kwam dat de zaak van zijn zwager failliet was, trok hij samen met zijn vrouw de stoute schoenen aan. Samen begonnen ze vanaf 16 augustus 1982 een eigen schoonmaakbedrijf onder de naam Schoonmaakbedrijf Wilms." Jespers vader begon met slechts één bakfiets als vervoersmiddel. "Daarmee reed hij naar zijn klanten in de binnenstad van Venlo en het centrum van Blerick." Jespers moeder verzorgde de administratie en sprong bij als dat nodig was. Na een volle dertig jaar ondernemerschap droegen vader en moeder Wilms in 2012 het stokje over aan hun zoon Jesper. "In het begin hielpen ze me nog met het maken van offertes en het voorbereiden van aanbestedingen. Verder hadden ze het volste vertrouwen in mij, ook al waren ze het niet altijd eens met de keuzes die ik maakte. Mijn vader is inmiddels 71 en wil nog steeds precies weten hoe het bedrijf ervoor staat."

FAMILIE VENEZIA OVER DUTCH GRAPHIC GROUP EN NOG VEEL MEER

“ONDERNEMEN IS ONS LEVEN”

“Ondernemen zit onze familie in het bloed, het is onze passie en ons leven”, vertellen Anita en Nino Venezia van Dutch Graphic Group. Het begon allemaal in 2000 en hun bedrijf ontwikkelde zich met name vanaf 2004 snel. “Niet zonder horten of stoten, het zat ook wel eens tegen, maar onze inzet als familiebedrijf heeft ons er altijd doorheen getrokken. Wat het geheim is? Hard werken, oog hebben voor je klanten, altijd kwaliteit leveren, veel service verlenen voor een redelijke prijs en kansen pakken. Dat heeft ons gebracht waar we nu zijn.” Inmiddels hebben de zonen Gino en Enzo het bedrijf van hun ouders overgenomen. Het verhaal van een familie.

Nino en Anita Venezia startten in oktober 2000 met drukkerij ZON Graphic & Mail. “Ik werkte als hoofd postkamer en drukkerij voor veiling ZON in Venlo, dus ik wist hoeveel drukwerk bij ons werd afgeleverd. Ik zag kansen, ik wilde altijd al voor mezelf beginnen, vooral ook omdat ik als ondernemer verantwoordelijk wilde zijn voor mijn eigen beslissingen. De veiling had net geïnvesteerd in een 2-kleurenpers, toen ik met het voorstel kwam om als zelfstandige verder te gaan. Het management had er oren naar. Zij werden aandeelhouder en in oktober 2000 ging ik met Anita en vijf medewerkers aan de slag als drukkerij ZON Graphic & Mail. We kochten enkele jaren later onze medeaandeelhouder uit en gingen verder als Graphic & Mail. Die naam dekte de lading volledig, we waren het adres voor alle drukwerk en we verzorgden veel mailingen voor telers.”

Tekst: Hans Eberson Fotografie Marcel Krijgsman

Enzo en Gino

ARBEIDSMORAAL

Alle begin is moeilijk en dat gold ook voor Nino en Anita Venezia. “We werkten hard, zeven dagen per week. In het weekend geholpen door onze zonen Enzo en Gino, die veel insteekwerk deden voor onze mailingen. Zo groeiden ze op met de arbeidsmoraal van papa en mama en leerden ze het bedrijf kennen. Vanaf 2004 kwam de loop erin. We groeiden elk jaar als kool en ik nam hier en daar andere drukkerijen over om onze orderportefeuille te kunnen uitvoeren. Werk binnenhalen is één, dat ging door onze reputatie en ons groeiende netwerk steeds beter. Zorgen dat de orders zonder concessies te doen aan kwaliteit en service ook worden uitgevoerd, is een ander verhaal. Op een gegeven moment hadden we vanaf drie locaties zo’n 65 medewerkers in dienst. Dat ging om verschillende redenen fout. Er kwam een faillissement en ik kon met eigen middelen en tien medewerkers doorstarten. Ik heb toen geleerd dat als je controle wilt houden, je vanuit één locatie moet werken. En ik leerde dat je als eigenaar elke dag bovenop de cijfers moet zitten. Bovendien begreep ik toen definitief dat een platte organisatie voor ons het beste werkt. Geen managers, geen jasje dasje, iedereen steekt hier gewoon de handen uit de mouwen. Dure lessen, maar ik heb ze goed in mijn oren geknoopt en vanaf dat moment ging het goed.”

> “ONDERNEMEN ZIT ONZE FAMILIE IN HET BLOED, HET IS ONZE PASSIE EN ONS LEVEN.”

ETIKETTEN

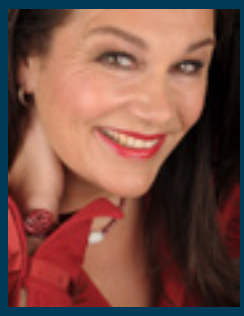
Het bedrijf heeft zich ontwikkeld tot een grafische totaalleverancier, met een belangrijke nadruk op agf-bedrijven. “We zitten niet voor niets in het hart van Freshpark Venlo. Maar we doen meer: van banners, zeilen, doeken, banieren, visitekaartjes, enveloppen tot en met autobelettering. Nieuw in ons portfolio zijn de sleeves: kartonnen hoesjes, omslagen van voedselproducten en maaltijdpakketten waarop bijvoorbeeld de ingrediënten en de bereidingswijze staan gedrukt. We leveren aan onder andere Duitse retailers al miljoenen van deze sleeves. Nog zo’n hardloper zijn de etiketten. In 2011 ging een etikettendrukkerij failliet en die hebben we gekocht en naar Venlo verhuisd. Daarvoor verhuisden we naar een pand met drie keer de afmeting van onze oude locatie. In 2015 kwamen er nieuwe grootformaat printers, alles vanuit ons eigen vermogen. We hebben in 2017 speciaal voor de etikettendruk een led-drukpers gekocht. Daarmee waren we de eerste in Europa, maar binnen een half jaar zat die pers vol moesten we een tweede aanschaffen. Op dit moment hebben we vier afwikkelmachines waarmee we maandelijks zo’n 400 miljoen etiketten produceren. We zijn voorraadhoudend, dus we kunnen klanten op afroep bedienen. Dat maakt ons tot een gewilde speler in de markt. Maar we innoveren ook op andere terreinen. Met de warmte die de led-persen produceren verwarmen we de hal, we werken dus al volledig gasloos.”

KWALITEIT

Nino en zijn familie geloven niet in de laagste prijs. “Daar is de drukkerijbranche jaren geleden bijna aan kapot gegaan. Als een klant kiest voor een kwaliteitsproduct, voor onze service en voor onze innovatieve kracht dan is hij ook bereid er een redelijke prijs voor te betalen. Het gaat vaak om tienden van centen per etiket, maar de massa maakt ook hier de kassa. Als je zorgt voor continuïteit in productie en kwaliteit, kun je met klanten langjarige contracten afsluiten. Dat geeft rust in de organisatie.”

OVERNAME

De naam Graphic & Mail dekte de lading al lang niet meer. Vandaar dat het bedrijf in 2017 de naam veranderde in Dutch Graphic Group. “Mail is zo goed als verdwenen en bovendien opereren we internationaal. We denken er zelfs over om in Duitsland een vestiging te openen. Die contacten verlopen vaak via de agf-leveranciers aan grote Duitse supermarkten als Lidl, Aldi en Edeka. Die weten ons goed te vinden.” Nino en Anita hadden eigenlijk het plan om op hun vijftigste te stoppen. “Dat ging door het faillissement en de herstart niet door, maar in 2017 dachten we serieus na om te verkopen. We hebben gezocht naar specialisten in aan- en verkoop van bedrijven en kwamen bij Aeternus uit. Een verkoop is een complex proces. Aeternus bezit de ervaring en is ook gepokt en gemazeld in deze bedrijfstak. Er kwam een due diligence om de waarde van het bedrijf te bepalen. Ik ken natuurlijk de cijfers als geen ander en ik had een getal in



FEEL GOOD EXPERT

Marie-José

Personal stylist voor zakelijke professionals
FG Exclusives business bags
06-22405115
www.feelgoodexpert.nl

PENSIOENVIZIER

de kroon op uw werk

Bouwbergstraat 102 - 6451 GR Schinveld
Fax. 0475-559041 - Mob. 06-22793851
www.pensioenvizier.nl

JDS

Werken in de Cloud?

U heeft al een werkplek vanaf
€ 49,- per maand!

0478 - 531443

✓standaard werkplek ✓optimale beveiliging ✓automatische back-up

---

Alu Expo Art

TENTOONSTELLINGSBOUW

Hoogwaardige standbouw voor een betaalbare prijs!

- Posterpanelen
- Individuele standbouw
- Uniforme standbouw
- Congresbouw

www.aluexpoart.nl

---

ambius HEALTH

LUCHTZUIVERING

CREËER EEN **VEILIGE OMGEVING** OP KANTOOR EN **VERLAAG HET ZIEKTEVERZUIM** DANKZIJ LUCHTZUIVERING.

EERSTE MAAND GRATIS*
kijk op **schone-lucht.nl**

*vraag naar de voorwaarden

QWEZZ CLOUD

ONBEZORGD WERKEN, OVERAL

"Overal werken wanneer jij dat wilt?
Zet je bedrijf in de Cloud!"

Betrouwbare ICT oplossingen

Documenten, programma's en e-mail staan op onze servers

Geen investeringen in dure servers

Qwezz Cloud voor het lokale MKB

Wij zijn een professionele ICT dienstverlener in Venray. Het is onze missie om onbezorgd werken overal en voor iedereen mogelijk te maken. Dit doen wij met innovatieve ICT oplossingen voor het MKB. Uw Online Werkplek staat nu voor u klaar.

Noorderhof 10 • 5804 BV Venray • 0478-511 522 • info@qwezz.nl • www.qwezz.nl

mijn hoofd. Na drie maanden onderzoek bleek dat bijna tot op de cent te kloppen." Uiteraard hadden Nino en Anita met hun zonen gesproken over een overname. "Dan wel aan allebei. Enzo werkte al in de zaak, maar Gino was nog druk met een laboratorium-opleiding. Hij was in eerste instantie niet zo geïnteresseerd, vandaar dat we dachten over verkoop aan een derde partij. Toen hij met het verhaal kwam dat hij toch wel geïnteresseerd was maar eerst zijn opleiding wilde afmaken, veranderde dat de zaak volledig. Toen was een overname door de zonen weer volledig aan de orde. Er gaat toch niks boven een overname in de directe familie, bovendien geeft het je de kans om toch betrokken te blijven." Het overnameproces werd in gang gezet, de juridische en fiscale gevolgen werden beoordeeld en er werden contracten opgesteld. "Uiteraard moest er ook met banken worden gepraat, Enzo en Gino moesten de koop financieren, maar dat was gezien de waarde van het bedrijf geen enkel probleem. We konden kiezen uit meerdere offertes, uiteindelijk werd het de ING Bank."

GROEI

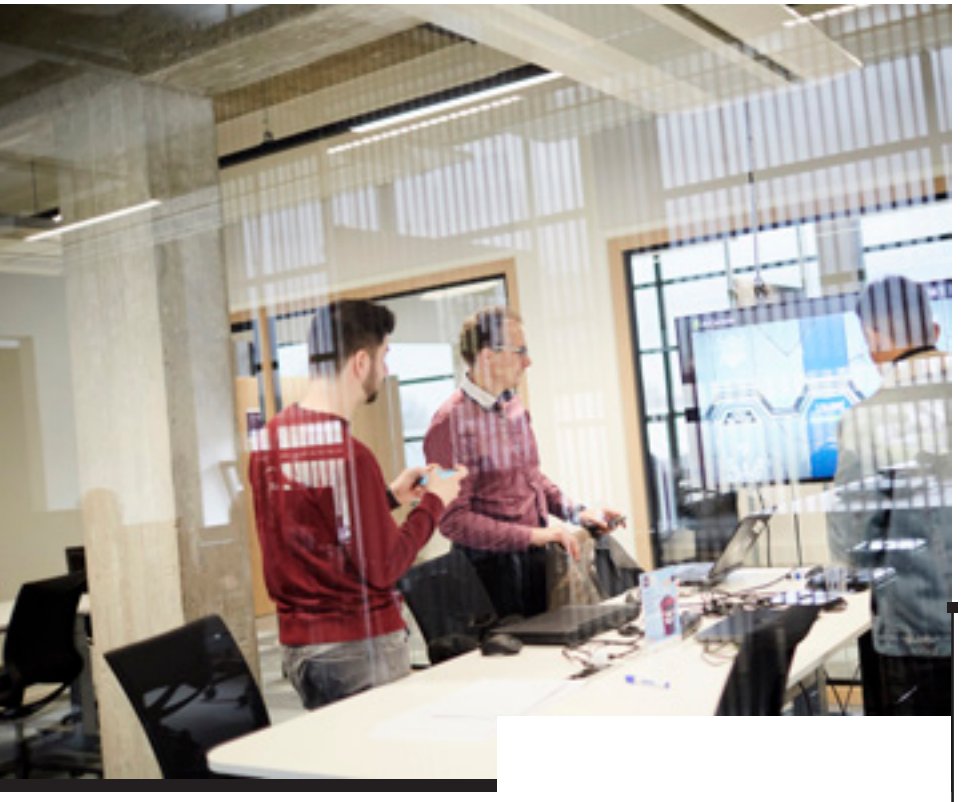
De overnamedatum werd vastgesteld op 31 december 2018, maar de familie vroeg zich af waarom het niet eerder zou kunnen. Op 17 mei werden alle contracten getekend en werden Gino en Enzo volledig eigenaar. Enzo is de man van de commercie en administratie, Gino is verantwoordelijk voor productie en techniek. Nino blijft als adviseur betrokken. "Ik heb alleen nog een stemaandeel om te beslissen, mochten de stemmen een keer staken. Ik heb natuurlijk een berg aan ervaring en ik ken iedereen. Dan zou het niet slim zijn om die kennis overboord te kiepen. Verder bemoei ik me nergens mee, de jongens beslissen, het is nu hun bedrijf. Dat doen ze met verve, de zaken lopen uitstekend en we groeien gestaag verder. Anita en ik zijn nu wat vaker op vakantie, maar mijn laptop gaat altijd mee. Krijg ik bijvoorbeeld een telefoontje over een spoedofferte voor vier miljoenetiketten. Pa, dit en dit formaat, zoveel kleuren, deze papiersoort, wat moeten ze kosten? Dan geef ik een uur later antwoord, want dat zit nog allemaal in mijn hoofd. Na goedkeuring van de offerte starten we meteen de productie. Dat kan verder niemand. Verder zit ik hier nog een aantal ochtenden per week, maar soms ben ik er ook tien weken niet. Niet om te controleren, gewoon om ze te adviseren. Daar voelt iedereen zich tevreden bij."

> "ER GAAT TOCH NIKS BOVEN EEN OVERNAME IN DE DIRECTE FAMILIE."

HOBBY'S

De leden van de familie Venezia zijn ondernemers in hart en nieren. Kansen zien en kansen pakken. "Bijvoorbeeld in verpakkingen. We maken honderdduizenden verpakkingen voor een Duits bedrijf dat werkzaam is in de auto-industrie. Ze hebben hier vierhonderd m^2 voorraad liggen. Het kan ook over iets heel anders gaan. In Helden stond discotheek Palladio leeg. Dat was voorheen het Kubke, in de jaren tachtig en negentig een goedlopende discotheek. Ik heb het pand en de bijbehorende woningen en parkeerplaatsen gekocht. Er kwamen eerst twee jonge ondernemers in, maar dat was geen succes. Dus zijn we het zelf gaan doen en we zijn in 2018 onder de naam Club Ultra verder gegaan. Dat was een super succes. En we hebben nog een ijssalon die in de zomer uitstekend draait. Dat zien we allemaal niet als werk, maar eerder als een hobby. Uiteraard gooit ook voor ons corona roet in het eten, maar we hebben de zaken goed geregeld, we overleven het met de steunmaatregelen wel. Als het kan, gaan we weer knallen. 'We will be back and better than ever.'" En verder? "We zien nog veel groeipotentieel in nieuwe markten, maar we moeten ons heel zeker voelen voordat we daar stappen in zetten. We zijn ondernemers, geen gokkers. Dus eerst goed nadenken, informatie en advies inwinnen en wanneer het daarna nog steeds goed voelt, dan gaan we er vol voor. Zo doen we dat al jaren. Dat is de Venezia-methode."

www.dutchgraphicgroup.com



FONTYSSTUDENTEN VERKENNEN VERDUURZAMING BEDRIJFSTERREINEN MET GAMES

Fontysstudenten zochten uit of een simulatiegame het proces voor beleidsmakers, planologen en bestuurders makkelijker konden maken. Ze bouwden Venlo en omgeving na in de game Cities:Skylines om de impact van duurzame energietransitie initiatieven op en rondom bedrijventerrein Spikweien in Lomm te testen. Dit project verkent de mogelijkheden om bedrijventerreinen, bedrijven en gemeente breder te laten kijken naar duurzame interventies. Het project is uitgevoerd door Fontys Minor Circulaire Economie (penvoerder Lectoraat De Ondernemende regio), Fontys ICT & Game Design, Ondernemend Venlo, de gemeente Venlo en betrokken bedrijven en wordt gefinancierd door Expertise Centrum High Tech Systems and Materials. Cities:Skylines is een entertainment game, waarin de speler complete steden kan bouwen. De maker (Paradox) biedt de spelers de mogelijkheid om de game grondig aan te passen, waardoor je er ook een serious game van kunt maken. Dit biedt perspectief in het geval van specifieke ruimtelijke vraagstukken.

CIRCULAIR POTENTIEEL BLIJFT ONDERBENUT

Als middel zijn er met de game een aantal uitdagingen, concludeerde het onderzoeksteam. De doelgroep is niet bekend genoeg met het type game, waardoor game-elementen afleiden. Gebruik in een workshopvorm, met instructie en onder leiding van een getrainde workshopleider lost dit op en maakt het mogelijk in een soort sociaal onderhandelingsproces een set interessante interventies te testen. De tweede bevinding is dat het duurzaam en circulair potentieel dat bedrijventerreinen bieden onbenut blijft door gebrek aan collectieve organisatie. Om daaraan te werken, hebben bedrijven hun omgeving nodig en kan een gebiedsgerichte aanpak, zoals op Spikweien, een belangrijke bijdrage leveren. Dit vereist 'change agents' met verbindend vermogen die lokale en corporate bedrijven, gemeente, provincie en parkmanagement op één lijn brengen door de juiste aanknopingspunten te vinden. Bij een vervolg van het project zal het komen tot collectieve organisatie toegevoegd worden aan de scope van het onderzoek.

CONNECTED VERPLAATST NAAR 19 OKTOBER 2021

Het regionale kennis-, inspiratie- en netwerkevenement CONNECTED keert op dinsdag 19 oktober terug in De Maaspoort in Venlo. Ondernemende professionals in Noord-Limburg krijgen weer een aansprekend en inspirerend programma aangeboden rondom actuele thema's. Ervan uitgaande dat de omstandigheden dat toelaten, is er ook de mogelijkheid om met bekenden bij te praten en nieuwe contacten te leggen, iets waar duidelijk een groeiend verlangen naar is. Het evenement zal voor de bruisende regio hét startmoment voor het post-coronatijdperk zijn, een toekomst waarin samen duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen nog belangrijker zal worden, waarmee CONNECTED de lijn van haar programma van de afgelopen jaren door kan trekken.

Meer informatie wordt na de zomer bekendgemaakt op connectedevent.nl.

DEEL JE NIEUWS MET NOORD-LIMBURG BUSINESS

Een overname, een verhuizing, een jubileum, een uitbreiding van het team, een nieuw initiatief of een nieuw product; elk bedrijf heeft wel iets interessants te melden. Noord-Limburg Business publiceert dit graag voor je op de website! Heb je een leuk nieuwtje of een interessant idee voor een artikel, mail dit dan vooral door naar hoofdredacteur Sofie Fest via sofie@vanmunstermedia.nl.

Alex Klaassen, IT Risk organisatie NewDay

PRACTICE MAKES PERFECT!

Verwarring en te weinig. Dat zijn mischien wel de juiste woorden om de situatie te beschrijven waar we op dit moment nog met z'n allen in zitten. Er was te weinig beademingsapparatuur, te weinig mondkapjes, te weinig mensen die tijdig konden prikken, te weinig vaccinaties en ook te weinig goede beveiliging van onze digitaal opgeslagen (test)informatie. Hierdoor ontstond verwarring: bij de mensen in de zorg, bij de mensen in de handhaving, bij rechters en advocaten en bij heel veel mensen zoals jij en ik. Wellicht veroorzaakt door te weinig ervaring van te veel mensen binnen de verschrikkelijke situatie van dit moment.

Er zijn meer organisaties die een belangrijk 'leermomentje' hadden zoals de GGD en Gemeente Hof van Twente. Ook kreeg een ziekenhuis weer een boete van de Autoriteit Persoonsgegevens omdat te veel mensen te veel toegang hadden, net als een retailonderneming in Duitsland die van haar privacy-toezichthouder een miljoenenboete ontving. Het resultaat van te weinig maatregelen en te weinig ervaring is hier verwarring én financiële schade.

Dit zijn allemaal op zichzelf staande gebeurtenissen. Maar wel met een belangrijke overeenkomst; het was voor al deze mensen bij al deze organisaties de eerste keer. Maar accepteren dat iets niet goed is gegaan omdat 'het de eerste keer' is, is naar mijn mening vandaag de dag steeds gevaarlijker. De dynamiek waarin we leven, zorgt er nu eenmaal voor dat iedereen van ons wellicht zeer regelmatig 'een eerste keertje' heeft. Dat geeft het leven ook wel een beetje jus. Maar het ongehinderd kunnen leren van 'een eerste keertje', wordt tegenwoordig steeds lastiger. We knopen alles digitaal aan elkaar, iedereen kan vrijwel direct alles van iedereen volgen en de belangen worden vaak steeds groter. Een explosief mengsel waarbij soms een relatief klein foutje maken steeds vaker serieuzere consequenties tot gevolg heeft.

Maar dat is toch vaak de realiteit, zul je misschien wel zeggen. Als iets ons voor de eerste keer overkomt, kán het toch niet anders dan dat we daar meer van zullen leren dan wanneer we het al meerdere malen hebben ervaren? Eens, maar er is wel iets wat in de buurt komt. Veel organisatie hebben procedures, regels en richtlijnen over hoe te handelen in een dergelijke en uitzonderlijke, maar impactvolle situatie. Of ze zouden deze naar mijn mening in passende vorm moeten hebben. Vaak worden deze opgesteld door specialisten en verdwijnen ze in de digitale la. Op het moment dat deze dan toegepast dienen te worden, is het voor velen de eerste keer. De eerste leerervaring is bovendien direct tijdens een wellicht directe bedreiging van het bedrijf. Niet de meest ideale situatie zul je begrijpen.

Wij proberen onze klanten steeds meer bewust te maken van een - in ieder geval gedeeltelijke - oplossing voor deze 'onervarenheid': de Spelsimulatie. Door een 'spel' te spelen dat voldoende dicht bij de realiteit komt, leer je in een gecontroleerde omgeving hoe een procedure werkt, maar ook hoe mensen zijn geneigd te handelen. Wij en enkele van onze klanten hebben inmiddels positieve ervaringen mogen opdoen door bijvoorbeeld met de inzet van acteurs en realistische locaties in de 'bijna werkelijkheid' te 'spelen.' De snelheid en kwaliteit van de besluitvorming gaat hiermee met drastische schreden omhoog. De kans op fouten zoals in de hierboven aangehaalde voorbeelden gaan een stuk omlaag. *practice makes perfect* is tenslotte niets voor niets een cliché.

newdayriskservices.nl

Joost van Deelen is vennoot en adviseur bij Rühl Haegens Molenaar

ZORG DAT JE SYSTEMEN DE JUISTE DATA LEVEREN

Hoe kan jouw organisatie data gebruiken om nóg beter te worden? Het is belangrijk om ervoor te zorgen dat jouw systemen goed en snel de noodzakelijke data kunnen leveren. Want dat is de input voor kengetallen (en een onderbouwing voor beslissingen!).

Joost van Deelen: “Met ‘systemen’ bedoel ik enerzijds ICT-systemen, databases en applicaties en anderzijds het geheel van processen, activiteiten en beleid dat uitgevoerd wordt om te komen tot een product.”

SYSTEMEN EN INPUT OPTIMALISEREN

Hoe kun je ICT-systemen optimaliseren en zo inrichten dat ze vlot de juiste data leveren? Hóe bepaal je welke gegevens je ook digitaal inzichtelijk wilt hebben vanuit niet-digitale systemen, zonder dat dit ten koste gaat van de service en dienstverlening aan klanten? Joost: “Het is fijn als je de data boven water hebt om te kunnen sturen, maar als dat proces zo veel tijd en energie kost dat je rode cijfers schrijft, ben je je doel voorbijgeschoten. Een essentieel onderdeel bij het optimaliseren van systemen is het organiseren en optimaliseren van de input. De kunst is om ervoor te zorgen dat die gegevens zo gemakkelijk als mogelijk toegankelijk en beschikbaar zijn.”

ADMINISTRATIEVE DRAAK

De juiste data vastleggen is cruciaal als je wilt gaan sturen op data. “Houd vast aan de kengetallen waarvan je vooraf hebt bepaald om mee te sturen. Doe je dat niet, dan is de kans groot dat er een administratieve draak ontstaat, waarbij iedereen van alles aan het vastleggen is, maar dat vervolgens niemand er meer naar kijkt. Formuleer dus kraakhelder waarop je wilt gaan sturen, welke data je daarvoor nodig hebt, wie deze vastlegt en waar. Helaas komt het in het MKB nog vaak voor dat er wordt vastgelegd om het vastleggen. En vervolgens wordt er nooit naar gekeken. Dat is zonde van alle tijd en energie.”

www.rhmweb.nl

PUUR PORSCHE MAGAZINE
PUUR Porsche Magazine is het maandelijkse lijfblad voor de Porsche liefhebber. Het staat boordevol reportages over typen Porsches uit heden en verleden, techniek, onderhoud, tuning, interviews, races, evenementen en lifestyle.

Prijs:€€ 4,49 (winkelprijs € 5,95)
Beschikbaar als: iOS en Android

GREAT BRITISH CARS
Great British Cars is een onafhankelijk magazine voor de liefhebber van Britse auto’s en verschijnt in Nederland en België. Het blad staat boordevol reportages over alle Britse merken en typen uit heden en verleden.

Prijs:€€ 4,99 (winkelprijs € 5,95)
Beschikbaar als: iOS en Android

VOLVODRIVE MAGAZINE
Volvodrive Magazine verschijnt zes maal per jaar in Nederland en Vlaanderen en staat bomvol spraakmakende reportages en wetenswaardigheden over Volvo.

Prijs:€€ 5,49 (winkelprijs € 6,95)
Beschikbaar als: iOS en Android

ELF VOETVAL
ELF Voetbal is het grootste voetbalmaandblad van Nederland. Al ruim 34 jaar volgt ELF Voetbal het nationale én internationale topvoetbal met verrassende interviews en spetterende reportages.

Prijs: € 3,99 (winkelprijs € 5,50)
Beschikbaar als: iOS en Android

PANNA
PANNA! – het leukste voetbalmagazine voor de jeugd –al één van de snelst groeiende tijdschriften van Nederland. In tien reguliere edities en twee doeboeken bekijken we ook in 2017 weer de nationale en internationale voetbalwereld op onze eigen manier.

Prijs: € 3,99 (winkelprijs € 5,50)
Beschikbaar als: iOS en Android

HANDWERKEN ZONDER GRENZEN
Handwerken zonder Grenzen is een magazine waarin u artikelen kunt lezen over handwerktechnieken waarbij de textiel de boventoon voert. De onderwerpen kunnen uit ons eigen land, de landen om ons heen, maar ook van heel ver komen.

Prijs:€€ 7,99 (winkelprijs € 8,99)
Beschikbaar als: iOS en Android

Download van de App Store

magazine.nu
DE DIGITALE KIOSK

VEILIG EN VERANTWOORD PROEFRITTEN INPLANNEN MET PLAN-IT PROEFRIT

Wil je als autobedrijf in deze tijden een proefrit aanbieden, dan heb je met een flink aantal maatregelen te maken. Zo mag je geen klanten in de showroom ontvangen, maar wel de sleutel voor een proefrit voor de deur van de klant afgeven. Met Plan-IT Proefrit kunnen autobedrijven de proefritten efficiënt en coronaproof organiseren.

Het organiseren van een proefrit kost op dit moment extra inspanningen. Dealers moeten de auto wegbrengen, ophalen, grondig reinigen na elke proefrit, de brandstof en de bandenspanning controleren. Klanten die een afspraak voor een proefrit willen maken, moeten eveneens veel moeite doen volgens accountmanager Leon Wonnink van Plan-IT. “Vaak is het bij autobedrijven nog zo geregeld dat klanten voor het boeken van een proefrit een formulier op de website moeten invullen, zonder te weten of de beoogde auto op de gewenste datum en tijdstip beschikbaar is. Vervolgens moeten ze dan maar afwachten wanneer de dealer telefonisch contact opneemt. Dat is voor zowel de klant als de verkoopafdeling erg omslachtig, zeker als je bedenkt dat klanten afspraken voor onderhoud, reparaties of de APK vaak heel makkelijk via de website kunnen maken. Hetzelfde geldt voor je tandarts of dokter; je maakt online een afspraak en ziet meteen op welke datum én tijdstip er ruimte is. Een tandartsassistent belt dan ook niet alle klanten terug om de afspraak te bevestigen. Dat is allang geaccepteerd. Bovendien zit de klant er zelf ook niet altijd op te wachten om teruggebeld te worden. Die is veelal bezig en wil niet gestoord worden.”

ONLINE PLANNEN

De softwaremodule Plan-IT Proefrit helpt om dit proces efficiënter in te richten. Plan-IT International uit Venray ontwikkelde deze module speciaal voor professionele autobedrijven. “De klant kiest op de website een nieuwe auto of een occasion uit, ziet vervolgens op welke dagen en tijdstippen de auto beschikbaar is en plant een proefrit in. Een dag voor de proefrit ontvangt hij of zij een notificatie in de vorm van een e-mail of een sms.” Ook voor de dealer biedt de softwaremodule veel voordelen. “Plan-IT Proefrit kan heel eenvoudig in de bestaande website worden geïntegreerd. Je bepaalt zelf welke auto’s voor de proefritten beschikbaar zijn en laadt deze in de module. Wanneer er een proefrit is geboekt, krijgt de verkoopafdeling een notificatie. Nabellen hoeft niet meer. Dankzij de koppeling met Hexon wordt alle informatie automatisch in Plan-IT Proefrit geladen. Daarnaast kun je rekening houden met auto’s die vanuit andere vestigingen moeten komen, maar ook notificaties instellen wanneer je een auto moet schoonmaken en controleren.”

ONDERHOUD EN REPARATIE

Naast Plan-IT Proefrit biedt Plan-IT International nog meer modules waarmee autobedrijven hun bedrijfsactiviteiten beter kunnen plannen. Plan-IT Werkplaats houdt de afspraken voor onderhoud, APK en reparatie bij, terwijl klanten zelf via Plan-IT afspraken kunnen maken op de website. Net als bij Plan-IT Proefrit kan de link naar de module in een direct mailing worden opgenomen. Plan-IT Welkom biedt vervolgens de mogelijkheid om klanten in de showroom via een monitor of een televisie welkom te heten en laat precies zien waar ze zich kunnen melden. In de wachtruimte zien de klanten wat de status van hun auto is en bij welke balie ze de sleutel kunnen ophalen. “Het mooie van Plan-IT is dat de verschillende modules op basis van gesprekken met klanten zijn ontstaan. Daar komen de mooiste projecten uit voort die ook echt meerwaarde bieden. Dat merken we alleen al aan de stijgende interesse in Plan-IT Proefrit”, aldus Leon.

www.plan-it.nl

HET VERSCHIL MAKEN MET ICT

Waar bedrijven vroeger vooral behoefte hadden aan hardware als servers, pc's en telefoontoestellen voor het uitvoeren van basistaken, ontdekken steeds meer ondernemers dat de meerwaarde van ICT vooral zit in het gebruik en de nieuwe mogelijkheden die deze apparaten kunnen bieden.

Volgens directeur Rick van Dijk ligt de echte kracht van ICT ook niet bij basisvoorzieningen zoals clouddiensten, het beheren van servers en data en het inrichten en monitoren van werkplekken. "Je kunt met ICT zoveel meer betekenen voor een bedrijf", vertelt directeur Rick van Dijk. "Stel, een order komt binnen via de e-mail of fax. Hoe wordt dan precies bijgehouden hoeveel uren dit kost en hoe komt de factuur precies tot stand? De verborgen fabriekjes binnen een bedrijf die hiervoor zorgdragen, bestaan vaak uit manuele processen en daar sluipen fouten in. Door met behulp van ICT het proces slimmer te maken, werk je een stuk efficiënter en kun je je personeel inzetten voor het echte specialistische werk, daar waar mensen echt waarde toevoegen."

SOFTWARE OP MAAT

De oplossing ligt vaak bij een software-oplossing op maat. Rick benadrukt daarbij dat deze oplossingen geen tienduizenden euro's hoeven te kosten of wachttijden van een half jaar hebben. "We nemen altijd de systemen die de klant heeft als uitgangspunt en kijken of deze voldoen. Vaak is het een kwestie van systemen slim aan elkaar koppelen en schrijven we hiervoor een specifiek programma. Soms is een klant gebaat bij een webportal waar klanten zelf kunnen inloggen om hun bestelling te volgen, of kunnen we maatwerk-integraties tussen de ICT-systemen van het bedrijf en diens klanten realiseren zodat bestellingen automatisch verwerkt worden. Wanneer de functionaliteit van een CRM-systeem met behulp van een ICT-koppeling 10% kan worden verbeterd, is het al de moeite waard om dit op te pakken."

NETWERKEN, SERVERS EN WERKPLEKKEN

Naast software op maat verzorgt ZeroPlex ook het 'traditionele' ICT-beheer. Denk aan het inrichten en onderhouden van netwerken, servers en werkplekken thuis en op kantoor, maar ook het leveren van licenties en ondersteuning op updates en migraties naar de cloud.

"Ondernemers van nu kunnen niet meer zonder deze diensten en dit kunnen we allemaal prima organiseren", vertelt Rick. "Vanuit onze Netwerk Operations Room houden onze medewerkers via diverse schermen 1.200 werkplekken en 700 servers nauwlettend in de gaten. Problemen worden opgepakt voordat de klant er iets van merkt. Bijvoorbeeld wanneer er bij iemand die thuiswerkt een virus actief is. Ook heeft een bedrijf twee netwerkverbindingen zodat de systemen altijd beschikbaar zijn. Mocht een klant toch ergens tegenaan lopen, dan kunnen ze terecht bij onze servicedesk. Voor noodgevallen zijn we 24x7 bereikbaar."

OVERNAME TRIMAXX

Een goede telecomverbinding is een basisbehoefte voor bedrijven. "Tegenwoordig zijn internet en telefonie in één computernetwerk ondergebracht", zegt Rick. "Natuurlijk zijn er ook bedrijven die hun vaste en/of mobiele telefonie liever als losse dienst afnemen. Om hen van dienst te kunnen zijn, hebben we vorig jaar het Venlose telecombedrijf Trimaxx overgenomen, inclusief het gespecialiseerde personeel. Voor bestaande klanten die bijvoorbeeld gebruikmaken van een wat ouder systeem is er niets veranderd en ook nieuwe telecomklanten zijn van harte welkom bij Trimaxx/ZeroPlex. Binnen die groep leveren we eenvoudige maar ook complexe telecomoplossingen gecombineerd met IT." Om de nieuwe bedrijfstak en collega's goed onder te kunnen brengen, werd recent de complete benedenverdieping van het kantoor verbouwd.

PROFESSIONEEL THUISWERKEN

Rick van Dijk merkt dat thuiswerken nog steeds een actueel item is. "Vorig jaar maakten bedrijven de eerste slag en zodat medewerkers thuis konden e-mailen en aan documenten werken. Nu we een jaar verder zijn, merk je dat die pleisteroplossingen tekortschieten. Bedrijven hebben een structurele oplossing nodig zodat medewerkers veilig en efficiënt documenten kunnen delen en bewerken. Ook is er meer aandacht voor de beveiliging van gegevens. Iedereen had vorig jaar een wachtwoord en een tweede factor via de mobiele telefoon. Nu denken ondernemers na over situaties waarbij bijvoorbeeld een medewerker diens laptop verliest. Het professionele thuiswerken wordt verder uitgerold."

GROEI

Dankzij de efficiënte werkwijze en de overname van Trimaxx groeit ZeroPlex flink door. In 2019 en 2020 werd het Venlose bedrijf zelfs uitgeroepen tot FD Gazelle. "Dankzij onze software-oplossingen, consultancy en de verbreding van ons klantenbestand door de overname van Trimaxx blijven we doorgroeien. We merken dat steeds meer bestaande en nieuwe klanten aan ons vragen of we mee kunnen kijken binnen het bedrijf. Vaak blijkt dat bedrijfsautomatisering inderdaad kan helpen om de bedrijfsvoering intern te verbeteren. Voorlopig is de groei er nog zeker niet uit."

BREXIT ZORGT VOOR EEN NIEUWE WERKELIJKHEID

GEEN RIMPELLOZE SCHEIDING

Door corona en de Amerikaanse verkiezingen leek Brexit in de tweede helft van 2020 wat naar de achtergrond verdwenen. Ten onrechte, want het is een gebeurtenis met grote gevolgen. Al werd een *no deal* op de valreep voorkomen, van een rimpelloze scheiding is geen sprake. Naarmate de tijd vordert, worden de *hiccups* duidelijker.

Op 24 december 2020 bereikten de EU en het VK overeenstemming over de voorwaarden waarop zij uit elkaar gaan. Ierland blijft lid van de EU. Veel voor dit land bestemd vrachtverkeer uit de EU gaat nu per boot in plaats van over de Britse wegen. De reistijd is langer maar het scheelt twee grenspassages en veel gedoe.

PAPIERWINKEL

Want de controles zijn terug, net als douaneformaliteiten bij het importeren en exporteren van goederen. Er zijn geen tarieven of quota op handel. Wel gelden strikte voorwaarden, met extra papierwinkel tot gevolg. Als het gaat om onder meer consumentenbescherming, product- en voedselveiligheid moeten VK-goederen blijven voldoen aan de wet- en regelgeving van de EU. Het leveren of afnemen van diensten blijft voor Nederlandse bedrijven in sommige gevallen mogelijk. Wel zijn er meer regels, bijvoorbeeld voor bezorgdiensten, telecommunicatie en financiële diensten. Britse financiële instellingen verliezen toegang tot de interne EU-markt. Voor het aanbieden van diensten moeten zij toestemming vragen.

HEET HANGIJZER

Vissers uit de EU kunnen nog vijfeneenhalf jaar hun netten uitgooien in de Britse wateren. Wel mogen ze stapsgewijs tot 25% minder vangen. Na deze overgangsfase besluit het VK jaarlijks over de toegang voor EU-vissers. Een potentieel strijdpunt; visserij blijft een heet hangijzer.

STOK ACHTER DE DEUR

Gelijkwaardige regels moeten zorgen voor eerlijke concurrentie bij onder meer belastingzaken, milieu-, arbeids- en sociale normen, staatssteun en consumentenbescherming. Maatregelen bij niet-naleving fungeren als stok achter de deur. Bij grensoverschrijdende situaties blijven de meeste sociale zekerheidsrechten behouden.

Tekst: Hans Hajée

31 januari 2020: de Britse vlag wordt verwijderd uit het gebouw van de Europese Raad in Brussel.

DUBBELE KRIMP

De Britse economie kromp in 2020 met 9,9%. Hoofdzakelijk als gevolg van corona, maar het stemt niet hoopvol voor 2021 als de Brexit-effecten echt zichtbaar worden. Al kende Nederland met 3,8% krimp de grootste economische teruggang ooit, er was veel erger verwacht. Onze uitgangspositie lijkt gunstiger. Dat de Britse autonomie ervoor zorgt dat de bevolking veel eerder ingeënt wordt met het coronavaccin, is een andere kant van de medaille.

Dubbele verzekering en dubbele premieplicht worden zo voorkomen.

MEESTAL GEEN VISUM

Ook voor personen gelden formaliteiten. Per oktober 2021 moeten inwoners als ze de grens passeren weer een paspoort tonen. Een visum is niet nodig, tenminste als het gaat om een vakantie of kort verblijf. Zo mogen EU-onderdanen tot 180 dagen in een voortschrijdende periode van twaalf maanden zonder visum in het VK verblijven. Bij het directe vliegverkeer tussen EU en VK gelden geen beperkingen. Die zijn er wel voor Britse luchtvaartmaatschappijen die binnen of vanuit de EU vluchten uitvoeren. Om dit voor te zijn, richtte lowcostmaatschappij Easyjet al in 2017 een Oostenrijks dochterbedrijf op.

ENORME VRACHTWAGENFILES BLIJVEN VOORALSNOG UIT

ONLINE SHOPPEN DUURDER

Voor onlineshoppers bij Amerikaanse of Chinese webwinkels is het al een bekend fenomeen. Ook digitale aankopen in het VK komen nu van buiten de EU waardoor - afhankelijk van de waarde - btw en invoerrechten verschuldigd zijn. Britten die in Nederland online shoppen, zijn eveneens belastingen verschuldigd. Een praktische consequentie die een groot aantal consumenten met hun neus op de feiten drukt.

NOG GEEN ECHTE TEST

Want Brexit raakt iedereen. In de praktijk wordt de echte impact steeds duidelijker. Enorme vrachtwagenfiles voor de veerboten - het schrikbeeld dat jarenlang boven de Britse afsplitsing hing - bleven vooralsnog uit. Kanttekening daarbij is wel dat er begin 2021 fors minder vrachtverkeer was dan in de vergelijkbare periode vorig jaar. Deels wordt dat veroorzaakt door de coronacrisis. Ook zijn aan beide zijden van het Kanaal grote voorraden opgebouwd. Bedrijven konden zo de eerste maanden doorkomen en langzaam wennen aan de nieuwe situatie. Van een echte test was begin dit jaar nog geen sprake.

FLINK DOORTYPEN

Inschatting van branchevereniging evofenedex is dat in januari zo'n 40% van de vrachtwagens op veerboten in IJmuiden en Rotterdam de papieren niet volledig op orde had. Door de geringe drukte leidde dat nog niet tot grote problemen. Maar wat niet is, kan nog komen als het vrachtverkeer toeneemt. De voorbereidingen die Nederland heeft getroffen voor de afhandeling van nieuwe douaneformaliteiten lijken gedegen. In het VK is dat anders. IT-systemen communiceren over en weer niet met elkaar en daarom moet veel informatie handmatig worden verwerkt. De Britse overheid wilde maar liefst vijftigduizend nieuwe medewerkers werven om de honderden miljoenen extra formulieren die jaarlijks worden verwacht adequaat te verwerken. Volgens de Financial Times bleef de teller begin januari steken op 2.500 extra mensen. Die moeten dus flink doortypen.

LUIZEN EN SCHIMMELS

Specifieke elementen uit de Brexit-afspraken hebben grote gevolgen. Zo hanteert het VK complexe productspecifieke oorsprongregels bij import. Denk aan veterinaire en fytosanitaire regels; die laatste hebben betrekking op ziekten, luizen en schimmels die mogelijk aanwezig zijn op planten en voedsel. Controles op de richtlijnen worden stapsgewijs ingevoerd. De plantensector was vroeg aan de beurt, bloemen hadden tot 1 april respijt. Per deze datum moeten vrijwel alle in het VK geïmporteerde landbouw- en voedingsproducten beschikken over een fytosanitair of veterinair gezondheidscertificaat.

OORSPRONG EN HERKOMST

Op producten met een Europese oorsprong die geëxporteerd worden naar het VK worden geen importtarieven geheven. Vice versa geldt hetzelfde. Maar oorsprong en herkomst zijn verschillende zaken. Doorslaggevend is welke bewerking producten in een EU-land hebben ondergaan. Het Brexit-loket geeft het voorbeeld van een Nederlandse fietsproducent die materialen en onderdelen deels van buiten de EU betrekt. Om in het VK geen invoerrechten te betalen, moet de producent aantonen dat voor minimaal 55% van de fabrieksprijs van het eindproduct in de EU aan waarde is toegevoegd in de vorm van materiaal, loon, winst en overhead. Daarvoor zijn onder meer leveranciersverklaringen nodig. Een forse administratieve opgave voor Nederlandse exporteurs.

ROUTINE EN KANSEN

Uiteraard zullen veel van de extra handelingen en formaliteiten naarmate de tijd vordert routine worden. Verder laat het voorbeeld van Easyjet zien dat voor Britse bedrijven die de Europese markt willen blijven bedienen, een vestiging aan de overzijde van het Kanaal een pragmatische oplossing kan zijn. Ons land is dan dichtbij en met veel logistieke voorzieningen een aantrekkelijke optie. De distributiesector merkte vorig jaar al dat een significant aantal Britse bedrijven een deel van hun voorraden hier opslaat. Die ontwikkeling zet zich naar verwachting door. Dus Brexit biedt zeker kansen. De tijd zal leren welk aspect voor de Nederlandse economie de overhand krijgt.

LIBERI

Hulp bij stress en burn-out

- Bij jou in de buurt!
- Coaching in de natuur
- Binnen 1 week aan de slag

Vraag een gratis consult aan:
www.liberi.nl

Bescherm uzelf en uw omgeving!

Om uzelf en uw omgeving te beschermen tegen schadelijke bacteriën en virussen is desinfecteren alleen niet genoeg. Een effectieve desinfectie begint namelijk met een goede reiniging. De schadelijke micro-organismen zitten vaak verstopt onder een laag van organische vervuiling. Door te desinfecteren zonder eerst te reinigen, is het dus lastig om deze micro-organismen te bereiken. Met een goede reiniging verwijdert u vervuilingen zoals stof, vet en vuil waardoor de onderliggende bacteriën en virussen beter bereikbaar worden voor het desinfectiemiddel.

Hygiënisch reinigen

met een alcoholbasis gebruiksklare sproeireiniger voor het dagelijks onderhoud van licht vervuilde oppervlakken. Toepasbaar op waterbestendige materialen: tafels, stoelen, ramen, deuren, bureaus, spiegels, vitrinekasten, tegels enz.

- Droogt streeploos op
- Verwijdert vingerafdrukken en vervuilingen snel en effectief
- Zuinig in gebruik en met een frisse geur
- Volledig biologisch afbreekbaar

Desinfecteren

met Tevan Panox 300, een desinfectiemiddel op basis van waterstofperoxide en perazijnzuur met een erkende CTGB toelating voor gebruik tegen virussen. Het is een milieuvriendelijk product met als enige residu water en zuurstof.

- Doodt bacteriën, schimmels en virussen
- Voor interieur, vloeren en waterresistente oppervlakken
- Brede werking met een korte inwerktijd
- Geen naspoeling nodig en milieuvriendelijk

Wilt u meer informatie of direct bestellen?

Tevan
Carefree Clean

Volg ons op

+31 (0)183 - 62 17 99

WWW.TEVAN.COM

Fotografie: Kim Roufs

MAG DE WERKGEVER ARBEIDSVOORWAARDEN WIJZIGEN VANWEGE COVID-19?

Minder omzet, een lockdown, thuiswerken. Allemaal actuele zaken waar werkgevers mee geconfronteerd worden tijdens de COVID-19 crisis. Omstandigheden die kunnen maken dat de behoefte bestaat om bepaalde arbeidsvoorwaarden, al dan niet tijdelijk, te wijzigen. Denk aan het verplicht opnemen van vakantiedagen, een reiskosten- of thuiswerkvergoeding, een bonusregeling, maar ook een (tijdelijke) salarisverlaging.

WIJZIGING VAN EEN ARBEIDSVOORWAARDE

Het wijzigen van een arbeidsvoorwaarde is in principe de aanpassing van een bestaande overeenkomst. Daarom is het uitgangspunt dat instemming van de werknemer nodig is. Wanneer de werkgever er in onderling overleg met de werknemer niet uitkomt, zijn er mogelijkheden om een wijziging eenzijdig door te voeren.

EENZIJDIG WIJZIGINGSBEDING

Wanneer schriftelijk (in de arbeidsovereenkomst, cao of een personeelsreglement) een eenzijdig wijzigingsbeding is overeengekomen, heeft een werkgever het recht om arbeidsvoorwaarden eenzijdig te wijzigen. Daarnaast is het in de praktijk ook mogelijk om zonder dit wijzigingsbeding eenzijdig arbeidsvoorwaarden aan te passen, maar dit is wel een stuk lastiger.

Wanneer een eenzijdig wijzigingsbeding is overeengekomen, betekent dit niet dat een werkgever 'zomaar' kan overgaan tot het wijzigen van arbeidsvoorwaarden. Voorwaarde voor een dergelijke wijziging is dat de werkgever een zwaarwegend belang moet hebben om de voorwaarde te wijzigen. Daarnaast moet het gaan om het aanpassen van bestaande afspraken. Een eenzijdig wijzigingsbeding geeft de werkgever niet de ruimte om nieuwe arbeidsvoorwaarden toe te voegen.

ZWAARWEGEND BELANG

Een zwaarwegend belang kan bijvoorbeeld aanwezig zijn als er sprake is van een bedrijfseconomische of organisatorische noodzaak. Dit zwaarwichtig belang moet door de werkgever onderbouwd worden. Vervolgens moet de werkgever onderbouwen waarom het belang van de onderneming zwaarder weegt dan de belangen van werknemer(s). De huidige coronacrisis kan een zwaarwegend belang vormen om een (ingrijpende) wijziging door te voeren.

RECHTSPRAAK EENZIJDIGE WIJZIGING EN COVID-19

Uit recente rechtspraak over eenzijdige wijziging van een arbeidsvoorwaarde waarin een beroep werd gedaan op een eenzijdig wijzigingsbeding, kan geconcludeerd worden dat een enkele verwijzing naar de COVID-19-crisis onvoldoende is. De werkgever moet een dergelijk beroep voldoende onderbouwen en aantonen dat er overleg heeft plaatsgevonden met de werknemer en de werknemersbelangen voldoende zijn meegenomen.

Daarnaast volgt uit de rechtspraak dat het belangrijk is om als werkgever voldoende duidelijkheid te geven aan de werknemer rondom de duur van de eenzijdige wijziging. Daarbij zal het opschorten (tijdelijk aanpassen) van een arbeidsvoorwaarde meer kans geven op succes dan een permanente wijziging.

ONS ADVIES

Wil je als werkgever de arbeidsvoorwaarden met je werknemers wijzigen, dan ben je gebonden aan regels en dien je de belangen van de werknemer mee te wegen. Neem in een arbeidsovereenkomst in ieder geval altijd een eenzijdig wijzigingsbeding op en betrek een eventuele personeelsvertegenwoordiging bij je beslissing.

Het geniet natuurlijk de voorkeur om een arbeidsvoorwaarde in onderling overleg met je werknemer (tijdelijk) aan te passen. Leg in dat geval de bereikte overeenstemming schriftelijk vast, waarbij de werknemer volledig en juist moet zijn geïnformeerd over de redenen en de gevolgen.

Win in ieder geval juridisch advies in wanneer je voornemens bent een arbeidsvoorwaarde te wijzigen. Voor de Zaak Advocaten helpt je graag bij het maken van deze beslissing.

Sander Oudenhoven
Advocaat arbeidsrecht
Voor de Zaak Advocaten

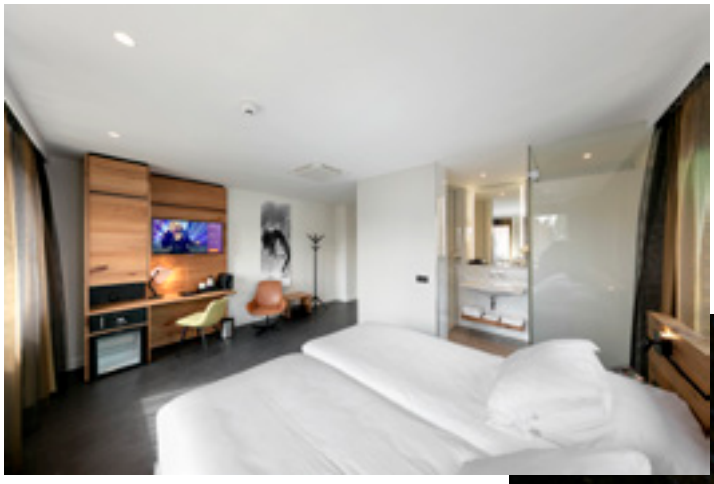
VENLO CONVENTION BUREAU ZET IN OP ZAKELIJK TOERISME

Maastricht is al jaren een vaste bestemming voor de zakelijke toerist, maar volgens congres- en evenementenorganisator Boy Haenen biedt de regio Venlo net zoveel mogelijkheden. Hij is de drijvende kracht achter Venlo Convention Bureau; de organisatie die vanaf dit voorjaar de regio gaat promoten onder Nederlandse congresorganisatoren.

INITIATIEF UIT DE SECTOR

Venlo Convention Bureau is een initiatief uit de toeristische sector. Het bestuur van deze stichting bestaat onder andere uit vertegenwoordigers van het regionale hoteloverleg en van evenementenlocaties. Ook citymarketingorganisatie Venlo Partners is aangehaakt als bestuurslid. Financiële middelen komen van de gemeente Venlo en er lopen op dit moment ook gesprekken met de Provincie Limburg. Daarnaast zijn diverse hotels en evenementenlocaties uit de regio aangehaakt als partner, net als faciliterende partijen zoals cateraars, AV-specialisten en interieurbouwers.

“Het regionale hoteloverleg komt twee tot drie keer per jaar bij elkaar en dit was een van de plannen die op tafel lag”, vertelt projectleider Boy Haenen. “Vanwege mijn ervaring op het gebied van congresorganisatie en mijn regionale netwerk werd ik gevraagd om onderzoek te doen naar de haalbaarheid en het draagvlak. Hoe meer ik me hierin verdiepte, des te meer kansen ik zag. Door



de uitbraak van de coronacrisis heeft het uitrollen even stilgelegen, maar dit voorjaar willen we echt van start gaan. We zijn de afgelopen maanden volop in gesprek geweest met sleutelfiguren binnen het onderwijs, het bedrijfsleven en de overheidsinstellingen. Mede dankzij de sterke triple helix samenwerking die in deze regio in de afgelopen jaren tot stand is gekomen, verliepen die gesprekken zeer voorspoedig. Deze partijen moeten uiteindelijk onze ambassadeurs worden en kunnen ons helpen om de congressen binnen te halen."

KENNISREGIO

Een van de succesfactoren van een congresregio is het vermogen om zich te onderscheiden op basis van de meerwaarde die de regio een kenniscongres kan bieden. Boy: "In deze regio is dat de kennis op het gebied van agrofood, logistiek, de maakindustrie, duurzaamheid en toerisme. Die kennis zit zowel bij innovatieve bedrijven als de kennisinstellingen zoals de Brightlands Campus Greenport Venlo, Maastricht University, Fontys Hogeschool en de HAS Hogeschool. Ook de ambitie die Venlo heeft uitgesproken om in 2025 de gezondste regio van Nederland te worden en de projecten die hieruit voortvloeien, is een interessant thema op in te haken."

WEBSITE

In het voorjaar maakt Venlo Convention Bureau haar officiële debuut met een uitgebreide website, gericht op organisatoren van kleine en middelgrote kenniscongressen (100-750 personen in normale opstelling). "Via de website krijgen deze partijen een goed beeld van de diversiteit aan locaties. Denk aan Theater De Maaspoort en poppodium Grenswerk, maar ook Kasteel de Keverberg in Kessel en Equestrian Centre de Peelbergen. Daarnaast geven we deze organisatoren kosteloos advies, bijvoorbeeld tips voor het samenstellen van het congresprogramma, het selecteren van geschikte locaties of een leuke activiteit als afwisseling op de inhoudelijke sessies. Een partij die geïnteresseerd is in agrofood zou bijvoorbeeld een congres op de Brightlands Campus Greenport Venlo kunnen organiseren met een spreker uit het regionale bedrijfsleven, om vervolgens op de elektrische steps van hotel-restaurant Maashof een bezoek te brengen aan enkele innovatieve bedrijven. Er is heel veel mogelijk in deze regio en Venlo Convention Bureau is de perfecte manier om te laten zien wat er allemaal gebeurt."

Livestream NLW Groep

Foto: Selin Yildirim

IN GESPREK MET LEOLUX EN DE MAASPOORT

ONLINE EN HYBRIDE EVENTS, BLIJVEND OF EEN HYPE?

Onlangs heeft Leolux een online event gehost in De Maaspoort. We spreken Hans Filippini Director Marketing & Sales Operations van Leolux en eventmanager Michelle Jaspers van De Maaspoort.

Waarom een online event?

Hans: "Leolux is een high-end meubelmerk, samenwerking met dealers is belangrijk voor ons. Normaal gesproken ontmoeten we onze dealers regelmatig live. We gaan naar ze toe, zien ze bij beurzen of andere live events. Vanwege de corona-maatregelen hebben we veel van onze dealers al lang niet meer live gezien. We wilden graag nieuws delen over nieuwe producten, de nieuwe website, leuke dingen op de socials en acties. We dachten erover na om dit via mail te doen, of via een zoom-sessie. Via mail dachten we echter niet de juiste attentiewaarde te kunnen bereiken en een zoom-sessie vonden we niet professioneel genoeg. Als high-end merk willen we alles wat we doen wel echt goed doen. Een mail vanuit De Maaspoort triggerde mij om na te denken over een professioneel webinar. Onze eerdere ervaringen met De Maaspoort waren heel positief dus ik wist dat ik kon vertrouwen op kwaliteit en een professionele organisatie. Ik nam contact op met Michelle (eventmanager bij De Maaspoort) en binnen een week was het geregeld."

Spannend zo'n nieuwe technieken. In hoeverre was de voorbereiding anders dan bij een regulier event?

Hans: "Het was super spannend! Welke onderwerpen zouden we het beste uit kunnen lichten en op welke manier? Je spreekt toch voor een lege zaal, hoe zou dat zijn? Wordt dat niet heel ongemakkelijk? En hoe kunnen we de interactie met ons publiek op gang brengen? Al snel kwamen we op het idee om het webinar in talkshow-vorm te doen. We gaven ruim de mogelijkheid om vragen te stellen, al kwam dit niet direct op gang. Uiteindelijk heb ik een doos Bossche bollen als beloning in de strijd gegooid waarna er vragen binnen kwamen via de chatfunctie."

Wat doe je als eventmanager anders dan bij een live event?

Michelle: "Een online event is natuurlijk totaal anders dan een live event. Bij een live event gaat veel vanzelf zoals bijvoorbeeld de interactie met publiek. Bij een online event moet je goed nadenken hoe je dit gaat faciliteren en stimuleren. Er zijn diverse tools die je kunt inzetten om interactie te stimuleren, belangrijk is dat je een middel kiest dat past bij het doel van je event.
Uit het verhaal van Hans blijkt ook dat de technische kant bij een online event nog belangrijker is. Omvangrijker ook. Een online event moet gelikt en professioneel eruit zien, dat kan alleen met goede technici en de juiste apparatuur."

Hoe was jullie ervaring met De Maaspoort?
Hans: "Het was fijn dat wij ons konden focussen op de inhoud. Ik wist dat De Maaspoort een professionele organisatie is waardoor ik mij geen zorgen hoefde te maken over de technische kant. Ook was het erg fijn dat er zo snel geschakeld kon worden. Binnen een week was het totale event geregeld. Onze meubels werden perfect uitgelicht wat zorgde voor een superprofessionele uitstraling. We zijn op basis van ons idee aan tafel gegaan en hebben het webinar direct live gedaan. Een volgende keer zou ik vooraf een korte doorloop doen zodat we ook met de regie af kunnen stemmen hoe je als spreker het beste om kunt gaan met de verschillende camera's."

Wat waren de reacties van de kijkers, de dealers waarmee jullie samenwerken?
Hans: "Er werd vanaf ongeveer zestig locaties ingelogd, meestal keken ze met een aantal mensen. De reacties waren alleen maar positief. We kregen complimenten dat we dit deden. Mensen vonden het leuk, dynamisch met de tafelwisselingen en niet te zwaar. De inhoud is goed overgekomen, en dat is natuurlijk het doel geweest. We kregen de vraag of we dit vaker gingen doen."

Is je verwachting ten aanzien van een online event uitgekomen?
Hans: "Absoluut! We wisten vooraf niet goed of de presentatie van ons nieuws en de informatie die we wilden delen zou werken op deze manier. Maar eigenlijk was het fijner en beter dan vooraf gedacht. Vooral de interactie en het contact met onze dealers voelde dichtbij door het live-karakter van het event."

Hebben jullie tips voor bedrijven die ook overwegen een online event te hosten?
Hans: "Het is goed om jezelf vooraf de vragen te stellen waarom wil ik een event houden en welke vorm geschikt is. Je moet goed bepalen wat je doel is en wat interessant is om naar te kijken. Dynamiek is belangrijk, wij hebben dit gedaan in de vorm van een talkshow met de mogelijkheid om vragen te stellen. Tijdens het webinar was er ook een duidelijke, persoonlijke touch met menselijke grapjes. Dat vonden mensen leuk. Dat hield de inhoud ook luchtig."

Hans Filippini

Michelle Jaspers

Michelle: "Het is inderdaad belangrijk om het geheel dynamisch te houden. Die afwisseling en participatie van de kijker houdt het interessant. Dit kan zoals bij dit webinar door vragen te laten stellen maar ook door sub-sessies te houden onder de aanwezigen, met of zonder host in deze sub-sessies. Of door andere tools te gebruiken waarmee mensen anoniem hun mening of ideeën kunnen delen. Het is erg belangrijk om net als bij een live event een goed draaiboek te hebben en vooraf een korte doorloop te doen. Wat je vooral niet moet doen, is een live event één op één kopiëren naar een online versie."

Hoe zie je de toekomst van events?
Hans: "Ik hoop dat het weer wordt zoals het was. Ik heb zin om mensen weer te ontmoeten. Wel denk ik dat we online tools zullen blijven gebruiken. We hebben veel geleerd de afgelopen maanden. We hebben ook veel internationale contacten en om de afstand te overbruggen denk ik dat we vaker online contact blijven houden met deze contacten."
Michelle: "Ik denk dat beide soorten events blijven. Het is sterk afhankelijk van het doel van een event. Als het puur om informeren gaat, dan blijft online of hybride (deels live publiek, deels online publiek) heel geschikt. Als een event erg gericht is op netwerken dan zal een live event gemakkelijker dat doel dienen."

Livestream Leolux Pode Live & Dichtbij Foto: Selin Yildirim

ONLINE NETWERKEN

“PROTOCOL EN ETIQUETTE KUNNEN HOUVAST BIEDEN”

Het afgelopen jaar is gebleken hoe waardevol een zakelijk netwerk is. Maar hoe onderhoud je een dergelijk netwerk als je niet de mogelijkheid hebt om live samen te komen? Volgens experts Jean Paul Wijers en William Hanson ligt het antwoord bij twee voor Nederlanders ietwat beladen begrippen: protocol en etiquette.

Bij protocol denken we al snel aan het koningshuis en regels die aangeven hoe je je moet kleden en gedragen. “In Nederland hebben we een aangeboren afkeer voor formaliteiten”, zegt Jean Paul Wijers van het Protocolbureau. “Protocol is een vies woord waar je bijna niet over mag praten. Zelfs de koning gaf in 2013 vlak voor zijn aantreding aan hij geen protocol-fetisjist is. Toch zijn het bij uitstek de koningshuizen en ambassades die begrijpen wat de meerwaarde van protocol is; het is hun core business. Al eeuwenlang wordt aan het hof protocol ingezet om in korte tijd zoveel mogelijk mensen te leren kennen. En in feite sluit dat perfect aan bij onze tijd. Ook wij willen in korte tijd

een uitgebreid netwerk opbouwen om onze business in stand te houden en uit te breiden. Protocol vergroot het effect van het netwerken. Het biedt structuur voor het verkrijgen van toegang tot juiste netwerken. Als je geen protocol hanteert, krijg je chaos en ontstaan er ongemakkelijke situaties. Als je het wél toepast en een ontmoeting goed voorbereidt, valt het protocol niet eens op."

SCHREEUWENDE RAADSLEDEN

Protocol en etiquette, nog zo'n beladen woord, helpen bij het creëren van een betekenisvolle interactie met andere mensen en hoe je dit zo goed mogelijk kunt laten verlopen, geeft William Hanson van The English Manner aan. "De gedachte dat protocol beperkend is, klopt niet. Sterker nog, veel gedrag dat onder etiquette valt, is wel degelijk aangeleerd zoals eten met gesloten mond en elkaar uit laten praten. Een mooi voorbeeld van hoe het mis kan gaan als je geen protocol toepast, is een parochieraadoverleg dat begin februari in het Engelse Handforth via Zoom plaatsvond. Op een gegeven moment begonnen leden tegen elkaar te schreeuwen en werden deelnemers uit de Zoom-call werden gezet. Indien zij vooraf beter hadden gecommuniceerd en een aantal regels hadden afgesproken, was het niet zo uit de hand gelopen. Maak ieders rol en functie tijdens het overleg vooraf kenbaar, spreek een exacte aankomsttijd af, wijs een voorzitter aan en bepaal of je iedereen tegelijkertijd toelaat of juist een voor een. Uiteindelijk zullen dit soort situaties wel steeds minder voorkomen. Toen de smartphone in omloop kwam, vroegen we al schreeuwend in de tram of we verstaanbaar waren. Inmiddels hebben we geleerd hoe je je hoort te gedragen in het openbaar."

PERSOONLIJKE AANDACHT

Protocol biedt ook meerwaarde bij een-op-een communicatie, bijvoorbeeld een e-mail die je aan een zakenrelatie stuurt. William: "In het Verenigd Koninkrijk is het gebruikelijk om een bericht te beginnen met de zin 'I hope this e-mail finds you well'. Dat is beleefd, maar wel heel saai. Het is veel leuker als je even een actualiteit opzoekt in de buurt van deze zakenrelatie, zoals een sportevenement, en daar in de e-mail naar refereert. De ontvanger van je bericht krijgt dan het signaal dat je moeite hebt gedaan en hem of haar persoonlijke aandacht geeft. Een ander voorbeeld is het gebruik van WhatsApp voor zakelijke contacten. In Azië is het heel gebruikelijk om een eerste contact via WhatsApp te leggen, in het westen niet. En wat voor foto gebruik je? Je wilt niet dat je zakenrelaties die strandfoto zien, maar vrienden en familie wil je geen foto in pak tonen. Overigens komt etiquette ook in ons privéleven om de hoek kijken. Wanneer is het bijvoorbeeld een goed moment om het wachtwoord van het gedeelde Netflix-account te veranderen nadat je relatie is uitgegaan? Mensen zijn wel degelijk op zoek naar houvast en regels."

STRUCTUUR

Hoe kan protocol dan precies helpen bij het online onderhouden van je netwerk? "Protocol biedt structuur om toegang te krijgen tot de juiste netwerken. Een organisator van een online netwerkevent kan hier voordeel mee doen door eens kritisch naar de gastenlijst te kijken. Een bank nodigt bijvoorbeeld zijn klanten uit voor een relatie-event, maar die klanten zijn niet allemaal in elkaar geïnteresseerd. Als organisator kun je op basis van interesses actief mensen aan elkaar koppelen. Breng ze samen in een break-out, stel ze aan elkaar voor en geef aan waarom je denkt dat er een match is."

NEUTRALE TOON

Wanneer het gesprek eenmaal tot stand is gekomen, gelden eigenlijk dezelfde etiquetteregels als bij een live face-to-face gesprek. William: "Het is gebruikelijk om de eerste twee tot drie minuten aan small talk te besteden. Vraag bijvoorbeeld aan de ander hoe het afgelopen jaar voor hem of haar is verlopen, maar doe dit wel zo neutraal mogelijk zodat de ander een positief of negatief antwoord kan geven. Maar pas op met negatieve antwoorden, dat vinden mensen saai. Wat dat betreft kunnen we een voorbeeld nemen aan Amerikanen die meestal erg upbeat en positief zijn ingesteld."
Een belangrijk onderdeel van netwerken is het uitwisselen van visitekaartjes. "Maar online gebruik je die natuurlijk niet", zegt

Jean Paul. “In plaats daarvan kun je heel makkelijk een LinkedIn-uitnodiging sturen naar de ander.”

ELLEBOOGBUMP

Online netwerken kan dus effectief zijn, maar volgens Jean Paul is het geen vervanging voor live ontmoetingen. “Netwerken gaat om vertrouwen opbouwen in personen en dat gaat offline makkelijker dan online. Digitaal duurt het zelfs tien keer zo lang om een netwerk te vormen. Personen die elkaar nu online ontmoeten, zullen later met name tijdens offline events de band verder kunnen opbouwen. Wanneer de coronacrisis is bedwongen, zullen we allemaal behoefte hebben aan ruimte en tijd om authentieke relaties op te bouwen. En daar horen dan ook nieuwe gedragsregels bij. Begroet je elkaar bijvoorbeeld met een namasté of een elleboogbump? Daar is nu al verwarring over, ook bij staatshoofden die je op televisie ziet. Uiteindelijk zal ook de protocol en etiquette zich hieraan aanpassen.”

Jean Paul Wijers is eigenaar van het Protocolbureau. Deze organisatie ondersteunt organisaties bij de professionalisering van het relatiemanagement.

William Hanson is de oprichter van The English Manner, het belangrijkste trainingsinstituut op het gebied van etiquette en protocol in het Verenigd Koninkrijk.

TIPS TIJDENS HET ONLINE NETWERKEN

Neem je regelmatig deel aan digitale bijeenkomsten? Dan kunnen deze protocol-tips van William Hanson helpen.

1. Besteed aandacht aan de details
Omdat communicatie online lastiger is, gaan mensen meer uit van wat ze zien. Let daarom op je kleding. William: “Hoewel het nog steeds een grijs gebied is, draagt niemand tijdens een online vergadering een pak en stropdas. Je kunt je kledingkeuze hierop aanpassen. Let ook zeker op de boodschap die je met je accessoires afgeeft. Wat zegt de kwaliteit van je horloge over jou? Hetzelfde geldt voor je achtergrond. Zie je een stapel dvd’s in beeld of boeken?

2. Kijk naar de camera
Netwerken draait om oogcontact. William: “We zijn echter geneigd om naar het beeldscherm te kijken en daar oogcontact te maken, terwijl je dat alleen voor elkaar krijgt als je direct naar de cameralens boven je scherm kijkt. Je kunt dit verhelpen door apps zoals Zoom zo in te stellen dat alle toekomstige afspraken direct via active speaker mode plaatsvinden of de schermen van anderen onzichtbaar te maken. Daarmee onderdruk je ook de neiging om naar jezelf te kijken. Vind je het lastig, dan kun je post-its op je scherm plakken of pijlen aan weerszijde van de camera plakken.”

3. Laat je handen zien
Wanneer je tegenover iemand staat, krijg je zowel verbale als non-verbale communicatie mee. “Bij dat laatste spelen je handen een belangrijke rol. Die handgebaren helpen namelijk om je luisteraars bij je verhaal te betrekken en om je boodschap goed over te brengen. Heb je een bureaustoel met in hoogte verstelbare armleuningen? Zet deze dan omhoog zodat je handen makkelijker in beeld komen.”

4. Houd afstand
Tijdens online vergaderingen hebben we vanwege een gebrek aan non-verbale communicatie de neiging om te overcompenseren. Dat kan onder andere resulteren in te dicht tegen je scherm aanzitten zodat je hoofd wel heel erg groot in beeld is. “Dat heeft een negatief effect op mede-deelnemers; als je voor hun gevoel te dichtbij komt, wordt in hun hersenen de vluchtstand geactiveerd. Zet je beeldscherm dus wat verder van je af zodat iedereen je hele bovenlichaam kan zien.”

5. Adem uit
Tijdens online bijeenkomsten bepaalt de toon en hoogte van je stem mede de indruk die anderen van je krijgen. Zorg dus dat je je eerste woorden duidelijk en met zelfvertrouwen uitspreekt. William heeft daar een trucje voor: “Praat tijdens het uitademen. Doe je dit tijdens het inademen, dan komt je stem hoger en meer gespannen over.”

VVV-FIT

HÉT NIEUWE GEZONDHEIDSCONCEPT VOOR HET ZAKELIJKE NETWERK

Stel je eens voor. De dag fris starten met een work-out op de vlonders van het businessterras van Covebo Stadion - De Koel -. Je in het zweet werken met de zonsopkomst van achter de tribune in je gezicht. Vervolgens douchen en daarna fris en fruitig genieten van heerlijke jus d'orange en een croissantje in de Rabobank Businesslounge. Dát is VVV-FIT, waarbij Vitaliteit, Voeding en Verbinden centraal staan. Maak kennis met hét nieuwe concept van VVV-Venlo voor het zakelijke netwerk. Ga jij de uitdaging aan om de coronakilo's te verbranden?!

Het concept is een samenwerking tussen NEXT LEVEL Personal Training en VVV-Venlo. NEXT LEVEL Personal Training is gevestigd in het voormalige pand van zaal LimianZ gelegen naast Stadion de Koel. Door het bijeenbrengen van diverse onderdelen is hét perfecte idee ontstaan bestaande uit sporten, ontbijten én netwerken. Hierdoor kun je op een frisse manier de dag energierijk beginnen. Op deze wijze combineren we de facetten gezondheid en zakelijk succes met elkaar en trachten we als VVV-Venlo onze topsportmentaliteit over te brengen op het zakelijke netwerk.

NULMETING

De training bestaat uit work-outs in en rondom Covebo Stadion - De Koel - in groepen van maximaal acht personen. Aansluitend aan de training zal de activiteit worden afgesloten met een ontbijtsessie waarbij netwerken centraal staat. Vooraf zal er een 'nulmeting' gedaan worden van onder andere gewicht, vetpercentage en spiermassa van de deelnemers. Gedurende de trainingsweken is het mogelijk om de gemaakte progressie te meten door middel van een zelfde meting. Zo streven we gezamenlijk naar het hoogste resultaat.

SPELERSTRAP

De trainingen variëren van locaties in- en rondom het authentieke stadion van VVV-Venlo. Zo zal de wereldberoemde spelerstrap gebruikt gaan worden en zullen er op het businessterras oefeningen gedaan worden waarbij alle spiergroepen aan bod komen. Spierpijn gegarandeerd! Daarnaast wordt er ook gebruik gemaakt van de gloednieuwe fitnesszaal van NEXT LEVEL Personal Training om zo te gaan voor het optimale resultaat. Persoonlijke begeleiding staat centraal en gezamenlijk zal ieder persoonlijk doel worden nagestreefd.

De combinatie van sporten in een inspirerende omgeving, netwerken op de plek waar normaal voetbalwedstrijden op het hoogste niveau gespeeld worden én de professionele aanpak maakt dit concept uniek.

Enthousiast geworden? Maak het mee en ervaar het zelf middels één gratis proeftraining VVV-FIT! Wil jij meer informatie over dit aanbod, neem dan contact op via commercie@vvv-venlo.nl. En wie weet waan jij je binnenkort een échte topsporter in Covebo Stadion - De Koel -.

STILZITTEN EN AFWACHTEN OP BETERE TIJDEN?

GOEDE TIJDEN! SLECHTE TIJDEN?

In 2012 zaten we nog een andere crisis, de financiële crisis, weet u nog? Toen schreef ik een blog over netwerken in tijden van crisis welke zo passend is voor deze tijdgeest. Anders? Echt niet! Deze blog heb ik, 9 jaar later, herschreven.

Wat een crisis en recessie zoal niet teweeg brengen. Onrust in de markt, iedereen begint sneller te rennen, heeft weinig of geen tijd meer voor elkaar en werkt ad hoc. Kostenbesparing staat bovenaan op de 'to do' lijst. Op zich een natuurlijke reactie, maar het verleden heeft geleerd dat een crisis en recessie ook kansen bieden. Juist in deze tijd worden we creatief in denken, willen we innoveren, gaan we op zoek naar nieuwe markten…new business. Maar ook naar kennis, ervaringen en interessante contacten. Ondernemers en kennispartners die ons verder helpen. Anticyclisch investeren in een persoonlijk (face to face) netwerk is een must en dat kan in deze coronacrisis ook online. Daarom hebben we bij BS Morgen al sinds de start van de lockdown meer dan een jaar geleden, alles op alles gezet om onze leden en gasten ook te faciliteren met online meetings. Een goed netwerk bestaat niet uit eendagsvliegen, maar uit duurzame relaties. Resultaatgerichte contacten met ondernemers die tijd voor elkaar maken, elkaar helpen en aanbevelen. De basis? Respect, interesse en vertrouwen.

DE VRAAG WAS: BENT U KLAAR VOOR 2012? DAT WAS 9 JAAR TERUG, EN U? BENT U KLAAR VOOR 2022?

Worden slechte tijden, goede tijden? Blijft u stilzitten, "klanten en kansen komen toch wel", of gaat u proactief investeren in uw netwerk en hier ook gebruik van maken om in mindere tijden kansen te pakken. Samen met ondernemers die er ook zo instaan! Want groeien doe je mijn inziens samen!

Als organisatie van BS Morgen staan wij ook nu klaar om ondernemers te ondersteunen in het uitbreiden en versterken van hun netwerk. Online, wandelend, golfend en ….gewoon weten dat je er voor elkaar bent met persoonlijke en zakelijke vragen. Aandacht en een luisterend oor voor elkaar zijn misschien cliché, maar in mijn optiek de woorden die er toe doen!

En uiteraard staan we klaar om – hopelijk – in mei weer volop live meetings te mogen organiseren.

Slechte tijden zijn samen om te buigen in kansen en "new business opportunities".

Op weg naar persoonlijke en zakelijke groei. Klaar voor de dag van 'Morgen'!

Rene Luijten - BS Morgen

AGENDA

- 13 april Young meeting
- 15 april MasterTable MKB + ZZP
- 16 april We Meet Online
- 16 april Golf de Swinkelsche
- 20 april Meet&Match 50
- 22 april Meet the Expert Wil Michels
- 29 april Wandelen in Geijsteren
- 30 april Golf Baarlo

- 11 mei Meet the Expert Marjolein Bongers
- 18 mei MasterTable MKB + ZZP
- 21 mei Wandelen + Café van Morgen
- 28 mei We Meet Online
- 28 mei Golf Baarlo

- 3 juni Golfdag

Zie ook bsmorgen.nl

MEET THE EXPERT UITGELICHT

De Meet the Expert bijeenkomsten van BS Morgen zijn exclusieve ontmoetingen met keynote experts. We hopen jou hiermee als ondernemer nog beter te faciliteren in het verhogen van jouw kennisniveau op tal van vlakken.

Donderdag 22 april –
Wil Michels – Fanstrategie
Locatie: online of buiten afhankelijk van de corona maatregelen
Tijd: 7.30 uur - 11.00 uur

We zijn trots dat we voor onze eerste Meet the Expert bijeenkomst de kleurrijke Wil Michels hebben kunnen strikken. Wil is directeur van zijn communicatiebureau en docent bij Fontys Hogescholen, NCOI, Van der Hilst en de Universiteit van Antwerpen. Hij is bestsellerauteur en o.a. bekend van zijn Handboek Communicatie. Wil staat voor dynamiek, fun en een frisse kijk op het vak. Begin november kwam zijn nieuwe boek Fanstrategie uit. Inmiddels is de tweede druk al verschenen.

Fanstrategie
Hij gaat ons meenemen in zijn nieuwe boek en geeft je handvaten hoe je een doordachte aanpak in je organisatie kunt gaan integreren.

Dinsdag 11 mei – Marjolein Bongers –
LinkedIn Powerboost Masterclass
Locatie: Scelta Institute, Venlo
Tijd: 7.30 uur - 11.00 uur

Marjolein Bongers is eigenaresse van House of Social Media en al 10 jaar lang een autoriteit in het geven van LinkedIn-trainingen. In 2020 schreef ze het boek LinkedIn Power – ontdek de superkracht van LinkedIn – waarmee ze in de top 5 van Managementboek terechtkwam.

In de interactieve masterclass op 11 mei leer je van Marjolein op welke manier je LinkedIn het beste kunt inzetten om:
1. Hoger te komen in de zoekresultaten van LinkedIn
2. Optimale profilering van jezelf en je bedrijf
3. Genereren van leads
4. Op welke manier je beïnvloedingspsychologie kunt toepassen op LinkedIn

ONDERNEMERS VAN MORGEN

morgen
business sociëteit

TERUGBLIK MEET THE COMPANY

Op dinsdag 23 maart waren we te gast bij Rob Vercoulen van Noord-Limburgs Groen. De bijeenkomst was op het buitenterrein van de Brightland Campus Venlo. Het thema was denken in mogelijkheden in plaats van beperkingen!

We genoten van een buitenwandeling en rondleiding door Rob in het prachtige park waar de medewerkers (mensen met een beperking) met passie vertelden over hun vak. Heel inspirerend om te ervaren hoeveel plezier zij in hun vak hebben en met name ook heel leergierig zijn en vooral samen de mogelijkheden verkennen in plaats van de beperkingen die ze hebben.

Zo werden we door Rob aan het werk gezet om een vogelhuisje in elkaar te zetten zonder hulpmaterialen.
Op deze wijze kwamen we ook tot inzichten dat als je echt wilt je het ook voor elkaar kan krijgen door samenwerking, leergierigheid en enthousiasme. Het resultaat mocht er zijn!

Rob Vercoulen vertelde al wandelend:
"Noord-Limburgs Groen is een Hoveniersbedrijf met hart voor groen en mensen.
Wij hebben alle expertises in huis. We zijn gespecialiseerd in het inrichten en onderhouden van buitenruimtes bij bedrijven/industrieterreinen, woningbouw, zorg en onderwijs. Ons hoveniers bedrijf werkt met vakbekwame sociaal hoveniers. Zij helpen onze medewerkers vooruit in verschillende leer- en werktrajecten. Samen gaan zij dagelijks voor het beste resultaat. Deze aanpak levert een grote betrokkenheid bij ons groenwerk op. Iets waarvan je als opdrachtgever zeker ook profiteert.
We staan voor de kwaliteit van ons werk en komen gemaakte afspraken na."

Dat waren mooie woorden van Rob die gedragen wordt door zijn medewerkers!

ONDERNEMERS VAN MORGEN

ROB VAN OENE – CEO MIFA VENLO

WIE IS ROB VAN OENE?

Mijn naam is Rob van Oene, 41 jaar en woonachtig in het Brabantse Geldrop. Ik ben getrouwd en heb 3 kinderen in de leeftijd van 5, 9 en 10 jaar. In mijn vrije tijd spendeer ik zoveel mogelijk tijd aan mijn gezin. Daarnaast speel ik trompet bij een harmonie in Eindhoven. Verder mag ik graag hardlopen en zaalvoetballen.

Ik ben inmiddels al 18 jaar werkzaam bij Mifa in Venlo, waar ik gestart ben op verkoop en in de loop der jaren steeds andere, uitdagende, functies bekleed heb.

Sinds april 2017 ben ik CEO van dit prachtige bedrijf en mag ik leidinggeven aan meer dan 300 werknemers, een schitterende en dankbare taak!

WAT IS DE KRACHT VAN JOUW BEDRIJF?

Mifa is specialist in aluminium extrusie profielen. We produceren compleet afgewerkte precisieproducten voor tal van branches. De belangrijkste 4 zijn de luchtvaart, automobiel, machinebouw en de medische industrie. Onze kracht zit hem in de nauwkeurigheid, flexibiliteit en vooral ook de functionaliteit van de producten die we kunnen maken. Het juiste advies en hoge kwaliteit leveren zit in ons DNA. Onze producten vind je in tal van toepassingen, zoals onderdelen voor vliegtuigstoelen, onderdelen in satellieten, voorvorken voor motoren, onderdelen voor analyseapparatuur en we zitten ook in de deeltjesversneller in Cern.

WAAROM BS MORGEN?

Ik bezoek de Mastertables van BS Morgen omdat deze mij de kans bieden om te sparren met personen in soortgelijke functies. Met andere CEO's en ondernemers kan ik gezamenlijke thema's en issues bespreken en worden zaken uit verschillende invalshoeken bekeken. Ik leer zo van anderen en verkrijg door de diversiteit van het netwerk nieuwe inzichten en tips.

DIT ZIJN DE SOCIAL MEDIA TRENDS VOOR 2021

Sinds 2020 zijn we massaal online gaan vergaderen en brengen we ook meer tijd op social media door. Volgens diverse experts en onderzoeksbureaus zal dit in 2021 zeker zo blijven. In dit artikel vind je trends en tips die interessant zijn wanneer je social media inzet als marketingmiddel.

Allereest duiken we even in de laatste cijfers. Volgens het Nationale Social Media Onderzoek 2021 van onderzoeksbureau Newcom Research & Consultancy zijn er in Nederland inmiddels 13,7 miljoen gebruikers van social media in de leeftijdscategorie 15 jaar of ouder. Onder deze gebruikers stijgt zowel het aantal gebruikte platforms als het aantal dagelijks gebruikte platforms. Het onderzoek geeft aan dat met name de leeftijdsgroepen 15-19 jaar en 20-39 jaar meer social media platforms zijn gaan gebruiken.

PLATFORMS

Kijken we naar de populariteit van de specifieke platforms, dan is WhatsApp in absolute cijfers het grootste platform met 12,4 miljoen gebruikers in 2021. Daarna volgen Facebook (10,4 miljoen), YouTube (9,1 miljoen), Instagram (5,9 miljoen) en LinkedIn (5,0 miljoen). Binnen de top 5 groeien Instagram en LinkedIn procentueel het hardst. De allergrootste stijger is TikTok. Dit platform ging van 0,7 miljoen gebruikers in 2020 naar 1,7 miljoen dit jaar.

Grootste social media platforms in absolute aantallen in 2021 (Cijfers Nationale Social Media Onderzoek 2021)

1. WhatsApp: 12,4 miljoen
2. Facebook: 10,4 miljoen
3. YouTube: 9,1 miljoen
4. Instagram: 5,9 miljoen
5. LinkedIn: 5,0 miljoen
6. Pinterest: 3,9 miljoen
7. Twitter: 2,9 miljoen
8. Snapchat: 2,6 miljoen
9. TikTok: 1,7 miljoen
10. Tumblr: 0,5 miljoen

DAGELIJKS GEBRUIK

Wat betreft het aantal dagelijkse gebruikers geeft het onderzoek aan dat WhatsApp, YouTube en LinkedIn fors groeien. Verder vermeldt het Nationale Social Media Onderzoek 2021 dat het dagelijks gebruik van TikTok onder jongeren is vervijfvoudigd, maar dat de groei van Instagram bij leeftijdsgroepen onder de veertig jaar nauwelijks nog groeit.

Grootste social media platforms in aantal dagelijkse gebruikers in 2021 (Cijfers Nationale Social Media Onderzoek 2021)

1. WhatsApp: 9,8 miljoen
2. Facebook: 7,3 miljoen
3. Instagram: 3,7 miljoen
4. YouTube: 3,1 miljoen
5. Snapchat: 1,5 miljoen
6. Twitter: 1.226.000
7. LinkedIn: 1.069.000
8. Pinterest: 892.000
9. TikTok: 836.000
10. Tumblr: 266.000

GROTER BEREIK

Een hoger aantal dagelijkse gebruikers van social media platforms betekent dat je via deze kanalen meer potentiële klanten kunt bereiken. In een interview met elf social media experts op Mediaweb.nl geeft Maarten van der Molen van GMU.online aan dat de stijging in het gebruik een uitgelezen kans is om je doelgroep op verschillende social media kanalen te bereiken. Hij raadt aan om ook eens te kijken naar de kanalen waar je zelf in eerste instantie niet aan zou denken. Daarnaast is social media-marketing een effectief middel om contact te houden met je bestaande klanten. Wat betreft de insteek van je post of advertentie raadt Van der Molen aan om vooral inspiratie te bieden. In onzekere tijden van risicomijdend gedrag is volgens hem inspiratie nodig “om mensen te activeren en nieuwe keuzes te laten maken”.

STORYTELLING

Inspiratie bieden is dus de gouden tip. Maar het is natuurlijk ook de kunst om dit op de juiste manier te brengen. Sinds de uitbraak van de coronacrisis ligt de nadruk meer dan ooit op authenticiteit en storytelling. Vraag bijvoorbeeld je medewerkers eens of ze een bericht kunnen schrijven over wat ze precies binnen het bedrijf doen en waarom ze dit zo leuk vinden. Of laat hen in een video van maximaal drie minuten een digitale rondleiding geven door het bedrijf. Leveranciers kunnen vanuit hun eigen expertise vertellen wat hun bijdrage is aan jouw product of dienst en waarom ze graag met je samenwerken. En de verhalen van tevreden klanten doen het natuurlijk al jaren goed, niet alleen op social media. Laat bovenal in je posts merken dat je weet met welke problemen en uitdagingen je klanten te maken hebben en waarom jouw product of dienst de oplossing biedt.

WELKE VORM?

In welke vorm je die inspirerende content vervolgens giet, hangt allereerst af van de kanalen die je gebruikt. LinkedIn heeft een zakelijk karakter en focust vooral op need-to-know informatie. Dit kanaal leent zich bij uitstek voor het delen van informatie via updates met video of tekst en beeld in je tijdlijn, en wat meer tijdloze achtergrondartikelen die op je eigen pagina zichtbaar blijven. Daarnaast worden er steeds meer tijdelijke foto’s en video’s gepost via LinkedIn Stories. Instagram heeft al langer de optie om Stories te maken die na 24 uur weer verdwijnen. Natuurlijk kun je Instagram ook voor video’s gebruiken die op je tijdlijn zichtbaar blijven. En vergeet niet waar Instagram bij uitstek geschikt voor is: het overbrengen van sfeer. Post vooral de mooiste sfeerfoto’s van een bijvoorbeeld een dag op kantoor of een online event dat je organiseert. Hetzelfde geldt voor Facebook.

YOUTUBE

Beschik je over veel videomateriaal, bijvoorbeeld korte filmpjes van je gastsprekers en andere betrokkenen, dan is het slim om elke video apart naar elk kanaal te uploaden in plaats van deze bijvoorbeeld steeds te embedden vanuit YouTube. Een post op elk kanaal vergroot namelijk de vindbaarheid van je videocontent. Je video’s op een eigen bedrijfskanaal op YouTube posten is ook een slimme zet voor de vindbaarheid van je event. YouTube is na Google namelijk de meest gebruikte zoekmachine!

ZET INFLUENCERS IN

Vind je het erg lastig om content te maken of je content bij de juiste doelgroep onder de aandacht te krijgen? Dan kun je overwegen om gebruik te maken van influencer marketing. Deze vorm van marketing bestaat uit content waarin een product of dienst is verwerkt. Het is in feite de ouderwetse mond-tot-mond reclame en beïnvloeding van consumentengedrag door een leider of iemand waar je tegenop kijkt, alleen vindt dit nu online plaats. Je hoeft niet meteen enorme budgetten vrij te maken om de meest populaire YouTubers te strikken. Er zijn juist steeds meer micro-influencers actief (tussen de 5.000 en 25.000 volgers) wiens posts beter aansluiten bij de belevingswereld van hun volgers. Bovendien combineren micro-influencers hun blog- of vlogactiviteiten vaak met andere werkzaamheden. Omdat zij niet financieel afhankelijk zijn van deze activiteiten, zijn zij vaak extra gepassioneerd over hun online activiteiten en zijn zij ook eerder geneigd om een stapje extra te zetten. Kijk dus vooral eens rond of er binnen de branche een mirco-influencer actief is met volgers die tot jouw potentiële doelgroep behoren.

PROBEREN

Ten slotte is het inzetten van social media voor je bedrijf, ongeacht de trends en de kwaliteit van je content, ook gewoon een kwestie van proberen, evalueren en aanpassen. Plaats je posts op verschillende dagen en tijdstippen en houd goed in de gaten wat aanslaat en wat niet. Scoort een bepaald onderwerp of een bepaalde insteek goed, borduur daar dan op verder. En wees niet bang om aandacht op te eisen. Meer gebruikers betekent meer concurrentie om de aandacht van je beoogde deelnemers. Plaats je posts dus meerdere keren. Op de markt is de luidste koopman met de beste boodschap vaak ook de beste verkoper.

CRISIS: DE IDEALE TIJD VOOR CONCEPTIE

Voor sommige ondernemers is het letterlijk en figuurlijk een hongerwinter. Nog steeds is er dat vermaledijde virus, inkomsten zijn gekelderd naar een historisch laag niveau, de wereld bevindt zich in de grootste crisis sinds de jaren ’30 van de vorige eeuw en we hebben deze winter zelfs de min 15 graden aangetikt.

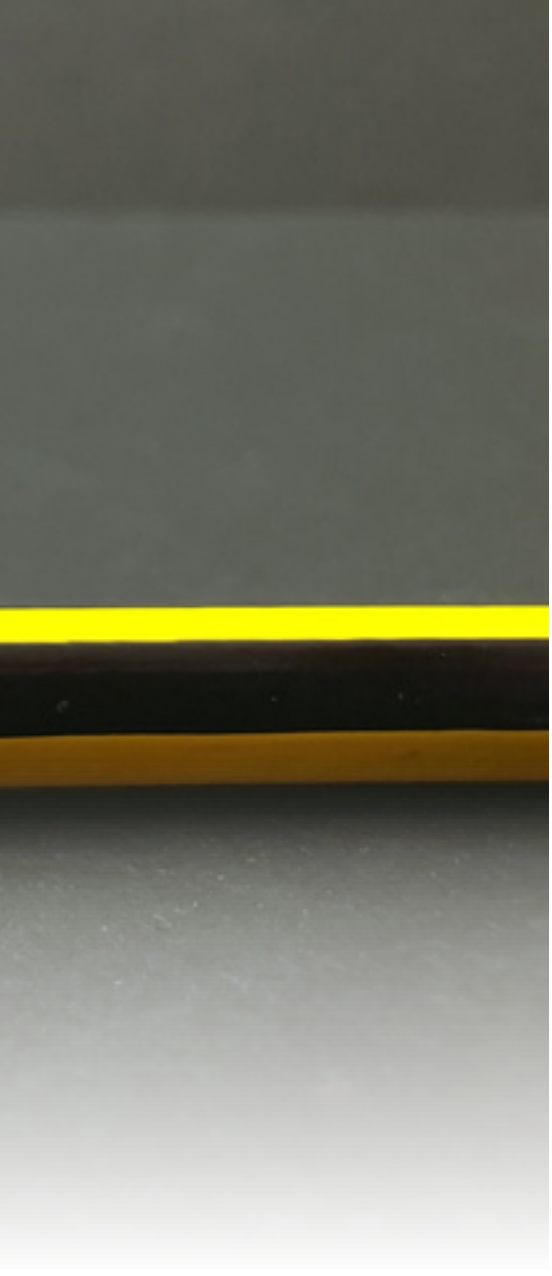
In loondienst heb je een veilig vangnet, zolang de beurs van de baas het toelaat. Maar je zult nu maar een kleine ondernemer zijn die met kunst en vliegwerk de tent overeind moet zien te houden. De zoveelste lockdown brengt je steeds dichter bij een break-down. Ook mentaal. Die ondernemers wil ik een hart onder de riem steken. Want geloof het of niet, deze crisis is dé ideale tijd voor innovatie. Ik laat je zien wat je kunt leren van de grootste, bekendste, beste en meest succesvolle innovator en verandermanager aller tijden. By far. Mag ik je voorstellen aan: Moeder Natuur. Pas een aantal van haar oeroude lessen toe en de kans is groot dat jouw bedrijf niet alleen overleeft maar zelfs beter uit deze crisis tevoorschijn gaat komen.

EVOLUTIETHEORIE

Eerst een heel klein stukje theorie. Je hebt vast weleens gehoord van de evolutietheorie van Charles Darwin. De strekking ervan: in de natuur zijn alleen de soorten die zich het beste weten aan te passen (aan verandering) in staat om te overleven. Daarom stelt de natuur drie eisen aan organismen: ze moeten voedsel vinden, ze moeten veilig zijn (voor bedreigingen zoals vijanden) en ze moeten zich kunnen voortplanten. Dan pas hebben ze een toekomstperspectief.

VERTAALSLAG

Vertaal dit nu eens naar jouw onderneming; voedsel vinden staat gelijk aan klanten vinden en inkomsten genereren. Veiligheid is wat je zoekt in deze crisisperi-



ode, of wanneer je slimmer wil zijn dan je concurrent. Voortplanten staat gelijk aan produceren, waarde creëren, innoveren, experimenteren. Veel ondernemers zijn van nature gericht op die eerste twee: klanten vinden en veilig zijn. Maar dat is niet genoeg om te overleven. Voortplanting is namelijk de grootste sleutel tot succes. Dat bepaalt uiteindelijk of je klanten zult vinden en veilig bent. Mijn tip is dan ook om ze in deze volgorde toe te passen:

1. Voortplanten.

2. Voedsel vinden.

3. Veilig zijn.

Veiligheid is dus eigenlijk meer een gevolg van de eerste twee principes.

VOORTPLANTING

Ik ga je niet uitleggen hoe jij in jouw branche voedsel vindt, oftewel aan klanten komt. Daar zijn anderen veel beter in dan ik en er zijn talloze goede boeken over geschreven. (Leestip: 'Maak ze gek' van Aartjan van Erkel, 2016.) Wel kan ik je iets vertellen over voortplanting. Oké, dat klinkt een beetje raar als ik dat zo zeg. Maar geen paniek, ik zal me beperken tot de zaken die ook voor jeugdige lezers geschikt zijn. Mijn belangrijkste tip is; ga in crisistijd zoveel mogelijk investeren in 'conceptie.'

Oftewel: ga netwerkgesprekken voeren, leer nieuwe inspirerende mensen kennen, wissel ideeën uit, ga brainstormen, geef je eigen creativiteit zoveel mogelijk de ruimte. Als je zelf minder creatief bent, omring je dan met creatievelingen. Gebruik de 'lege' tijd om jezelf te vullen met nieuwe inzichten. Vandaar ook het woord conceptie; jouw idee smelt samen met dat van een ander en er ontstaat een levensvatbaar nieuw concept. Iets dat je van tevoren niet had kunnen bedenken. Een plus een is drie.

En heel belangrijk; zodra de ideeën er liggen, ga ze dan uitproberen. Wacht niet op het perfecte prototype voor een nieuw product of een dienst. Onderneem actie. Verbeteren komt later wel.

ACTIE EN REACTIE

En hier komt ook nog een andere natuurwet om de hoek kijken, namelijk de wet van oorzaak en gevolg. Actie leidt tot reactie. Als je een actie onderneemt, heeft dat vroeg of laat per definitie een gevolg. Er is één voorwaarde: geef onvoorwaardelijk. Als je vanuit die intentie geeft, zul je ooit ontvangen. Ik heb zelf namelijk door de jaren heen ervaren dat élk netwerkgesprek dan uiteindelijk tot iets moois leidt. Een opdracht, een waardevolle tip, een baanbrekend inzicht, een nieuwe baan of iets anders. Het is onderdeel van een creatief proces. Daarbij is het niet de vraag óf er wat gaat gebeuren maar alleen wannéér het gebeurt en in welke vorm.

UITPROBEREN

Hetzelfde geldt voor de honderden ideeën die ik de afgelopen jaren heb uitgeprobeerd. Een groot deel leek in eerste instantie kansloos, maar later bleek dat er wel degelijk een zaadje was geplant. Soms was maar één specifiek onderdeeltje bruikbaar of kwam een inzicht pas maanden later. Een voorbeeld: ik wilde in 2017 een online training aanbieden, maar elk idee dat ik had bleek nét niet goed genoeg. Maar nu, in de crisistijd, zijn die inspanningen van toen opeens heel waardevol gebleken. Ik heb nu sneller de bouwstenen te pakken en mijn online training is inmiddels een feit.

Kort samengevat leveren dit het volgende stappenplan op, waar je meteen mee aan de slag kunt:

1. Voortplanten: zoek vruchtbare partners voor de conceptie.

2. Ga de nakomelingen (ideeën, visies enz.) in de wereld loslaten en uitproberen.

3. Leer van de ervaringen. Behoud het goede en laat de rest los.

4. Boor nieuwe doelgroepen en markten aan. Soms maakt een kleine aanpassing in je focus een wereld van verschil en heb je opeens een niche gevonden.

5. Vind het voedsel, oftewel: bepaal wie nu je ideale klanten zijn.

6. Voel je veilig. Door continu in beweging te blijven en structureel aandacht te geven aan innovatie.

Tot zover de principes van Moeder Natuur, aangevuld met wat old skool biologielessen.

Succes en maak van de crisis een kans!

OVER DE AUTEUR

Gian Kerstges heeft twaalf jaar lang voor de FNV gewerkt, is in die periode actief geweest als stakingsleider (inclusief megafoon en zeepkist) bij grote acties van o.a. TNT Post, gemeentesector en de brandweer, is op persoonlijke titel voor de bestuursrechter verschenen in een groot conflict, heeft beslag laten leggen op een bankrekening van 32 miljoen (opening bij NOS radiojournaal), is bij diverse overheidsorganisaties tot 'persona non grata' verklaard met toegangsverbod en heeft o.a. werkgelegenheid voor honderden mensen daarmee weten te behouden. Zijn interesse in leiderschap is toen ontstaan en onlangs is zijn boek 'De moedige manager' uitgekomen.

EEN LEEFSTIJLSCAN VOOR ALLE MEDEWERKERS

Het lijkt erop dat in 2021 iedereen iets heeft ingeboet wat betreft gezondheid. Niet alleen corona was de boosdoener, we zijn gemiddeld genomen maar liefst 5,3 kilo aangekomen. Dat komt bovenop een - wat de WHO al noemde - overgewichtepidemie, die toch al raasde over de wereld. Bovenop deze epidemie en de coronapandemie lijden we over de hele wereld ook nog eens aan een inactiviteitepidemie. Liesbeth van Rossum, Eric Scherder, Clemens Vollebergh, Jaap Seidell; de oproep aan de politiek komt vanuit alle kanten. Kenniscentrum Sport en Bewegen roept ook bedrijven op om in meer in actie te komen voor gezondere medewerkers.

We zitten veel te veel en veel te lang per keer en ook dat eist zijn tol op onze gezondheid. Opgeteld bestaat er het risico dat we langzaam naar de 60% overgewicht toe kruipen, dat was 52% van de bevolking in 2019. Dubbele nadeel hiervan is dat mensen met overgewicht en obesitas een veel hoger risico lopen om op de IC te belanden als ze corona krijgen. Redenen genoeg om de politiek op te roepen meer aandacht te geven aan een gezondere leefstijl ter preventie, in de plaats van uitsluitend externe maatregelen te nemen.

MINDER BEWEGING EN ONGEZOND WETEN

Uit onderzoek blijkt dat werknemers steeds minder bewegen op hun werk en dat de uren die zij op hun werk aanwezig zijn steeds vaker zittend worden doorgebracht. Daarnaast blijkt dat ruim 40% van de werknemers met een zittend beroep onvoldoende beweegt, met alle gezondheidsrisico's van dien. 6 tot 10% van de sterftegevallen als gevolg van niet-overdraagbare ziekten (hart- en vaatziekten, diabetes, borst- en darmkanker) wordt veroorzaakt door onvoldoende lichaamsbeweging. In tegenstelling tot de risico's die te weinig bewegen met zich meebrengt, zijn er positieve effecten als er wel bewogen wordt. Zwaar intensieve activiteit zoals hardlopen of voetballen, verbetert de conditie van hart en longen.

RISICIO'S

Het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) en het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) deden in 2015 onderzoek naar het sport- en beweeggedrag van werknemers. Uit dit onderzoek blijkt dat 55%

van de werknemers tussen de 18 en 65 jaar voldoet aan de Nederlandse Norm Gezond Bewegen, 20% voldoet aan de Fitnorm en 60% van de werknemers sport wekelijks. Toch blijk dat sedentair gedrag een risico vormt dat voorkomen dient te worden. Onafhankelijk van het aantal uren sporten verhoogt langdurig zitgedrag de risico's op gezondheidsklachten. Uit het onderzoek van het CBS in samenwerking met het RIVM (2015) blijkt dat een werknemer tussen de 18 en 65 jaar gemiddeld 10,1 uur per dag zittend doorbrengt. Eindconclusie: "Het loont om te investeren in sport en bewegen op de werkvloer. Zeker in combinatie met blessurepreventie en een verantwoorde beoefening van sport. Een gezonde werknemer levert een win-win situatie op voor zowel de werknemer als de werkgever. De werknemer voelt zich fitter, de prestaties verbeteren en de kosten van arbeidsverzuim dalen."

GEZOND ETEN

Op het gebied van gezond eten is ook nog veel winst te behalen. Een derde van de werknemers in Nederland vindt dat de baas daarin een belangrijke rol zou moeten spelen. Zeker omdat stress veroorzaakt door werk een belangrijke trigger is om ongezonde snacks te eten. Dat blijkt uit een onderzoek dat is uitgevoerd door PanelWizard. Volgens 43% van de ruim 1000 Nederlandse werknemers die ondervraagd zijn, doet hun manager onvoldoende moeite om hen gezond te laten eten. Uit het onderzoek blijkt dat ruim 40% aangeeft ongezonder te eten wanneer zij stress hebben op het werk.

INZICHT IN BEWEEG- EN VOEDINGSPATROON!

De WHO en de Gezondheidsraad hebben Voedingsrichtlijnen (2015) en Beweegrichtlijnen (2017/2020) gepubliceerd. De onderzoeken die gebruikt zijn bij het opstellen van deze richtlijnen tonen aan dat, als we die richtlijnen hanteren, de kans om chronisch ziek te worden met maar liefst 50 tot 70% daalt. Hoe krijgen we het voor elkaar dat we deze toepassen en hoe kun je als werkgever je werknemers motiveren dit op te pakken? Nieuwe Gezondheid heeft in samenwerking met Leefstijlclub.nl een online leefstijlscan ontwikkeld, waarin de voedings- en beweegadviezen zijn opgenomen van de meest recente richtlijnen. De online leefstijlscan, die gratis wordt aangeboden als 'Nationale Leefstijlscan' resulteert in een compact overzicht van wat goed gaat en waar de leefstijlaspecten liggen die schade toebrengen aan de gezondheid. Vanuit dat overzicht kan de deelnemer een Leefstijl Switch kiezen. Na het kiezen van de persoonlijke Leefstijl Switch krijgt de deelnemer een informatievideo te zien over het gekozen thema en lees deze in een factsheet het wat, waarom en hoe.

ESSENTIËLE INZICHTEN

De voedingsrichtlijn en beweegrichtlijn bevatten essentiële inzichten die eigenlijk ieder mens zou moeten kennen. Zonder die kennis is het gewoonweg lastig om gezonde keuzes te maken. Een voorbeeld hiervan is dat we tijdens sporten ongeveer evenveel vetten verbruiken als tijdens wandelen. We verbruiken echter in totaal wel meer calorieën per uur sporten ten opzichte van wandelen, echter onder de streep, qua vetverbruik is dat dus gelijk, omdat we tijdens sporten meer aanspraak maken op suikers (koolhydraten) als energiebron. Daarom is recreatief bewegen eigenlijk de meest belangrijke activiteit om gezond af te vallen. Dat kunnen we immers elk dagdeel doen en sporten doen we meestal slechts 1 a 2 keer per week. In totaal zijn er zo 15 essentiële inzichten, 7 op gebied van bewegen en 8 op gebied van voeding, die samengevat zijn in een online programma Voeding als medicijn van 12 weken en Bewegen als medicijn van 6 weken. Deelnemers kunnen voor een kleine eenmalige bijdrage deze online programma's doorlopen en die essentiële kennis opdoen. Werknemers zouden er ook voor kunnen kiezen deze programma's cadeau te doen aan de werknemers.

EEN GRATIS BEKENDMAKINGSPAKKET VOOR BEDRIJVEN

Leefstijlclub.nl heeft een gratis bekendmakingspakket samengesteld, inclusief posters en een uitnodiging voor werknemers om in te haken op de Nationale Leefstijlscan. Dit pakket is op te vragen via info@leefstijlclub.nl. Bedrijven die interesse hebben om de online programma's Voeding als medicijn en Bewegen als medicijn, cadeau te doen aan de werknemers, kunnen eveneens mailen naar Leefstijlclub.

www.nieuwe-gezondheid.nl - www.leefstijlclub.nl

Gebruikte bronnen:
hoedoejedat.nu/blog/versterk-je-immuunsysteem-deel-1-introductie

www.kenniscentrumsportenbewegen.nl/interventies/interventie/bedrijfssport/

www.kienonderzoek.nl/gezond-eten-werk

John van Heel is leefstijl- en vitaliteitcoach, duurzaam inzetbaarheid- en loopbaancoach en geeft leefstijlworkshops en -cursussen. Meer weten? Kijk op www.hoedoejedat.nu en www.nieuwegezondheid.nl.

Aanbevolen Locaties

1

Wereldpaviljoen Steyl

St. Michaëlstraat 6a
5935 BL Steyl
T 077 - 37 45 973
E info@wereldpaviljoen.com
I www.wereldpaviljoen.com

2

Hostellerie de Neerhof

Kasteelhof 1
5995 BX Kessel
T 077-4628462
E deneerhof@gmail.com
I www.deneerhof.nl

3

Kasteel De Keverberg

Kasteelhof 4
5995 BX Kessel
T 06 - 4577 0560
E info@kasteeldekeverberg.nl
I www.kasteeldekeverberg.nl

4

Maashof

Maashoflaan 1
5927 PV Boekend - Venlo
T 077 - 39 69 309
E info@maashof.com
I www.maashof.com

5

Landgoed De Barendonk

Millseweg 13
5437 NB Beers
T 0485-316 436
E receptie@barendonk
I www.barendonk.nl

makelaars.media

Maak je eigen woonmagazine al vanaf € 99,- per maand!

EENVOUDIG, SNEL EN PROFESSIONEEL

KOPPELING NAAR AL JE SOCIALE MEDIA-UITINGEN

TUINBORDEN, BANNERS EN POSTERS

ADVERTEREN IN 16 MAGAZINES

EFFECTIEVE PROMOTIE

LOGIN, CREËER, PRODUCEER EN BESTEL

INTERACTIVE MULTIMEDIA

JUBILEUMMAGAZINES

OPGEMAAKT IN DE UNIEKE HUISSTIJL VAN JOUW KANTOOR

FLYERS, BROCHURES

AUTOMATISCH & UP-TO-DATE

Presenteer uw makelaarskantoor en objecten in uw omgeving!

Bent u het toonaangevende makelaarskantoor met een mooi woningaanbod en uitstekende service? Wij bieden u de mogelijkheid om met Makelaars.media onder de aandacht te komen bij het door u gewenste postcodegebied. Stel zelf eenvoudig uw magazine samen op basis van actuele redactionele content, geselecteerde panden (verkocht en/of niet verkocht) en creëer een optimale presentatie van uw kantoor.

De verspreiding van uw woonmagazine geschiedt op basis van huis aan huis verspreiding door Axender. U hoeft alleen het gewenste postcodegebied door te geven. Ook is het mogelijk om (mits op tijd) extra exemplaren te bestellen voor bijvoorbeeld op kantoor of deelname aan een beurs.

Heeft u wensen op maat? Wij kunnen diverse aanvullende producten en diensten bieden. Denk aan extra pagina's bovenop de standaard omvang van 16 pagina's, een banner op de website, een afwijkende lay-out of extra promotiemateriaal zoals posters, flyers, banners, tuinborden of brochures. Onze eigen studio en IT-afdeling kunnen zelfs een compleet nieuwe huisstijl en bijbehorende website voor u ontwikkelen. Ook hebben wij met onze 16 zakelijke en consumenten tijdschriften veel publiciteitsmogelijkheden bij verschillende doelgroepen.

Wij komen graag bij u langs om de diverse mogelijkheden te bespreken!

Voor meer informatie: Aysun Mahubessy-Saruhan, T: 024-3732585, e-mail: sales@makelaars.media

PAAS-IT printing as a service.

Mijn vermogen

"Ik luister, overleg, analyseer en verbind de doelen die mijn klanten hebben aan een plan dat inzicht en financiële rust geeft. Dat is mijn drive voor al mijn klanten", aldus financial planner Monique Creuwels.

Uw vermogen verdient meer

"In mijn huidige functie als financial planner mag ik nóg dieper in de financiële vragen van onze klanten duiken. Heerlijk vind ik dat. Het liefst maak ik een financiële planning voor het leven. Hoe deze planning eruit ziet verschilt van klant tot klant, van mens tot mens. Iedereen heeft andere wensen, dromen en verwachtingen. Niemand staat hetzelfde in het leven. Elk financieel traject waar ik mij aan verbind, begint daarom met luisteren en behoeften analyseren. Wat wil je bereiken? Heb je een helder doel voor ogen en hoeveel risico wil of durf je te nemen om dat doel te bereiken? En soms staat alles nog open en zijn de financiële dromen niet ingevuld? Dan duik ik nog dieper in het gesprek om het plaatje concreet te krijgen. Daar werken we vervolgens naartoe. Ik merk dat ik zo echt iets voor mijn klanten kan betekenen. Zij krijgen financiële rust."

"Een goed vermogensplan is nooit af. Maar als er een goede basis ligt, kun je in het leven makkelijker en sneller bijsturen."

"Je kunt van tevoren nooit voorspellen hoe een vermogensplan eruit gaat zien. Dat is echt maatwerk en krijgt pas gedurende mijn analyses vorm. Toch is er een gemene deler: in elk samenwerkingstraject zie ik vertrouwen en inzicht ontstaan. Een mooi moment, zeker als duidelijk wordt dat het inzicht in de ontwikkeling van het vermogen dankzij onze benadering meer gaat opleveren dan verwacht. Dat is voor mij het grootste compliment. Want dan weet ik dat er een plan voor het leven ligt, waarin we als dat nodig is snel en makkelijk kunnen bijsturen. Ook daarin ontzorg ik mijn klanten."

Monique Creuwels, financial planner, werkt samen met een team van 35 professionals op het gebied van vermogensmanagement en beleggen.
Lees het volledige verhaal van Monique op rabo.nl/limburg/moniquecreuwels

Rabobank Private Banking | Vermogensmanagement

Rabobank

Vlnr.: Rob de Hair, Marivonne van Kralingen, Sander Oudenhoven, Willem Gerbrands

ADVOCATEN MET ONDERNEMERS-BLOED

VOOR DE ZAAK ADVOCATEN IS EEN GESPECIALISEERD ADVOCATEN-KANTOOR EN RICHT ZICH OP ÉÉN DOELGROEP: DE ONDERNEMER.

Onze passie voor arbeidsrecht en ondernemingsrecht gecombineerd met ons eigen ondernemerschap zorgt ervoor dat wij ons optimaal in onze doelgroep kunnen verplaatsen. Ook bij ons stroomt ondernemersbloed door de aderen.

Of het nu gaat om advies over een individueel ontslag, een reorganisatie, een overname, het opstellen en beoordelen van contracten, procederen of het adviseren van bestuurders en aandeelhouders. De ene ondernemer heeft dagelijkse ondersteuning nodig en de andere slechts incidenteel. Iedere ondernemer is welkom bij Voor de Zaak.

GEEN WOORDEN MAAR DADEN

De oprichters van ons kantoor hebben een Rotterdam connectie. Een connectie die verenigt dat wat ondernemers uit Venlo en Rotterdam sterk maakt; een no-nonsense mentaliteit. Geen woorden, maar daden. Oplossingen in plaats van vage adviezen. Bij ons kunt u als ondernemer gewoon binnenlopen of ons even bellen. De meter gaat echt niet gelijk lopen. Een langdurige relatie met wederzijds vertrouwen opbouwen gaat voor op het sturen van een factuur voor iedere minuut.

DAAROM VOOR DE ZAAK

We willen het verlengstuk zijn van de onderneming, uw expert op juridisch gebied; daar ligt onze toegevoegde waarde. Ons advies is helder en voor iedereen begrijpelijk; bij Voor de Zaak weet u waar u aan toe bent.

VOOR DE ZAAK
Ondernemersrecht en arbeidsrecht

Voor de Zaak, Noorderpoort 9, 5916 PJ Venlo, 077 206 80 00, info@voordezaak.nl, voordezaak.nl