

UTRECHT

Jaargang 35 | nummer 1 | mei 2021

BUSINESS

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE VOOR DE REGIO UTRECHT

REGIO UTRECHT ALS WOONGEBIED
LEEFBARE GROEI
VERGT ULTIEME
KRACHTSINSPANNING

BREXIT
GEEN RIMPELLOZE SCHEIDING

TANKSTATION EN ELECTROLYSER LAGE WEIDE
TOEPASSING WATERSTOF KRIJGT VAART





—
LUISTER NAAR
—

Licht op legal

—

ONZE TWEEWEEKELIJKSE PODCAST

TE BELUISTEREN VIA   OF [VBK.NL/LICHTOPLEGAL](https://vbk.nl/lichtoplegal)

VAN BENTHEM & KEULEN
ADVOCATEN | NOTARIAAT



DE LANGE WEG TERUG NAAR 'NORMAAL'

Ruim 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 nog 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.

Verder behandelen we uiteraard weer grote ontwikkelingen in de regio Utrecht: verduurzaming en woningbouw bijvoorbeeld. Zo is er het EnergieCollectief Utrechtse Bedrijven (ECUB), dat bedrijventerreinen en ondernemers bij hun verduurzaming ondersteunt. De focus ligt op gebouwen, mobiliteit en een duurzaam energiesysteem. Opmerkelijke ontwikkeling: de plannen voor een waterstoftankstation in Lage Weide, waarmee de patstelling rond waterstof moet worden doorbroken.

Daarnaast bestaat in de regio de uitdaging om veel woningen te bouwen, maar dat gaat uiteraard niet zonder slag of stoot. De provincie Utrecht is een aantrekkelijke woonregio met een mix van stedelijke en landelijke gebieden. De natuur is gevarieerd en veelal op loop- of fietsafstand aanwezig. Er is veel werkgelegenheid en door de centrale ligging zijn ook banen elders vaak goed bereikbaar. Kortom: de populariteit van Midden-Nederland als plek om te wonen is begrijpelijk. Om de verwachte bevolkingsgroei te faciliteren, is tot 2040 behoefte aan ruim 100.000 extra woningen. Uitdaging is om bij die forse uitbreiding de leefbaarheid en het groene karakter te behouden. Hoe daar over gedacht wordt, lees je uitgebreid in deze uitgave van Utrecht Business.

Veel leesplezier!

Teun van Thiel
Hoofdredacteur Utrecht Business



- 6 Regio als woongebied: leefbare groei vergt ultieme krachtsinspanning
- 10 Van den Pol Elektrotechniek: eerste hulp bij verduurzaming
- 13 Kantoor bouwen kan slimmer, sneller en schoner bij Jan Snel
- 15 Column: Fut weg, VUT weer terug?
- 16 FC Utrecht bindt supporter van de toekomst
- 23 Literatuur
- 24 Brexit zorgt voor nieuwe werkelijkheid: geen rimpelloze scheiding
- 26 Ondersteuning door URECA: "Ons werk zit er nog lang niet op"
- 28 Een leeftijdsscan voor alle medewerkers
- 30 Tankstation en electrolyser in Lage Weide: toepassing waterstof krijgt vaart
- 32 Crisis: de ideale tijd voor conceptie
- 34 Online netwerken: 'protocol en etiquette kunnen houvast bieden'
- 39 Livingprojects bouwt aan iconische gevels van Holland Casino
- 40 Familiebedrijven: stille motor van Nederlandse economie



Zakenmagazine voor ondernemers en managers in de regio Utrecht

JAARGANG 35

Mei 2021, editie 1

EEN UITGAVE VAN

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

UITGEVER

Michael van Munster

HOOFDREDACTIE

Teun van Thiel

REDACTIEMEDEWERKERS

Hans Hajée, Aart van der Haagen

VORMGEVING

Lisanne Cobussen

COVERFOTO

Shutterstock/Toon van den Einde

DRUK

Balmedia
ISSN: 1387 - 9707

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE

Van Munster Media BV
Ruben Jansen T: 024 - 3738505
ruben@vanmunstermedia.nl

Advertentietarieven op aanvraag

ABONNEMENTEN

Tel. (024) 373 85 05
abonementen@utrechtbusiness.nl

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

COPYRIGHTS

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

www.utrechtbusiness.nl



16



26



44



48

- 42 Niet lullen, maar poetsen. Maar soms...
- 44 CMC Bedrijfsmakelaars: eerste stappen binnen Utrechts bedrijfsmatig onroerend goed
- 46 Studio Semaphore: bedrijfsleven en jongeren inspireren met vleugje magie
- 48 World Food Center: het thuis voor food innovatie
- 52 Dit zijn de social media trends voor 2021



REGIO MOET AANTREKKELIJK WOONGEBIED BLIJVEN

LEEFBARE GROEI VERGT ULTIEME KRACHTSINSPANNING

De provincie Utrecht is een aantrekkelijke woonregio met een mix van stedelijke en landelijke gebieden. De natuur is gevarieerd en veelal op loop- of fietsafstand aanwezig. Er is veel werkgelegenheid en door de centrale ligging zijn ook banen elders vaak goed bereikbaar. Kortom: de populariteit van Midden-Nederland als plek om te wonen is begrijpelijk. Om de verwachte bevolkingsgroei te faciliteren, is tot 2040 behoefte aan ruim 100.000 extra woningen. Uitdaging is om bij die forse uitbreiding de leefbaarheid en het groene karakter te behouden.

De Randstad blijft groeien. En de regio Utrecht heeft zich gecommitteerd om een aanzienlijk deel van die groei op zich te nemen. Onderzoek uit 2018 in opdracht van de Provincie Utrecht en U10 laat zien dat in de zestien gemeenten in de provincie een totale behoefte bestaat van 104.000 woningen voor de periode tot 2040. Op grond van de bestaande plannen ten tijde van het

onderzoek is er een plantekort van 37.000 tot 53.000 woningen.

COMPLEX EN KOSTBAAR

Heel veel bouwwerk aan de winkel dus. Hamvraag is hoe en waar alle benodigde woningen gerealiseerd moeten worden. Er lijkt veel voor te zeggen om dat

Kleurrijk wonen
aan het water
in Houten (foto
Shutterstock/Toon
van den Einde).



vooral binnenstedelijk te doen. Nabij bestaande voorzieningen, goed bereikbaar met het openbaar vervoer. Ook wordt zo de waardevolle natuur in het buitengebied ontzien. Keerzijde is echter dat binnenstedelijk bouwen per definitie complexer en kostbaarder is dan het realiseren van nieuwbouw in het open gebied, zoals Vindex-locaties als Vathorst en Leidsche Rijn. In de stad is het woekeren met de ruimte en per project gaat het om kleinere volumes. Uitzondering is de Utrechtse Merwedekanaalzone waar de komende jaren 10.000 woningen zullen komen.

METSELAARS UIT HONGARIJE

Grondprijzen in steden liggen hoger, bouwprojecten kosten er meer tijd. Tegen plannen wordt vaak bezwaar gemaakt, vergunningprocedures duren lang. Ook het bouwen zelf is duurder en tijdrovender. Bouwplaatsen zijn vaak krap en lastig bereikbaar. En door de kleinere aantallen ligt prefab bouwen minder voor de hand. Terwijl dat nu juist dé manier is om letterlijk veel meters te maken. Naast snelheid en het kostenvoordeel is ook

het toenemende tekort aan vakmensen een drijver voor prefab. Zo zijn metselaars in ons land amper nog te vinden. Het markante metselwerk van studentencomplex De Kwekerij in Utrecht is dan ook uitgevoerd door vaklieden uit Hongarije

RISKANTE STRATEGIE

Het gemeentebestuur van Utrecht lijkt voornamelijk uitsluitend in te zetten op binnenstedelijke woningbouw om de verwachte groei – van 350.000 inwoners nu naar zo'n 450.000 in 2040 – te faciliteren. Gezien bovenstaande overwegingen is dat een riskante strategie. Om het woningtekort niet nog verder te laten oplopen, lijkt een grootschalige nieuwbouwlocatie als Rijnenburg simpelweg noodzakelijk. Ook de zo vurig gewenste betaalbaarheid van woningen is binnenstedelijk door de hogere kosten lastig realiseerbaar. Er was veel politieke kritiek op de forse verkoopprijzen bij de eerste fase van de Merwedekanaalzone. Die versterken het beeld van Utrecht als domein voor yuppen en expats, terwijl zorgmedewerkers en leraren vertrekken omdat woningen onbetaalbaar worden.

GRONDPRIJZEN IN STEDEN LIGGEN HOGER, BOUWPROJECTEN KOSTEN ER MEER TIJD.

SOCIALE EN ECONOMISCHE SAMENHANG

Ook in kleinere kernen in de regio is behoefte aan nieuwe woningen. Voor de sociale en economische samenhang is het belangrijk dat jongeren in hun eigen gemeente kunnen blijven wonen. Zo telt het westelijk deel van de provincie gemeenten met veel maakindustrie. Medewerkers komen meestal uit de directe omgeving. Als deze vaak jonge mensen in een volgende levensfase geen geschikte woonruimte kunnen vinden, verhuizen ze noodgedwongen naar elders. Dat leidt tot meer woon-werkverkeer. Ook kan het zijn dat mensen op zoek gaan naar een baan dichterbij de nieuwe woonplek. Beide ontwikkelingen zijn onwenselijk voor een gemeente; ze tasten de leefbaarheid of het economisch fundament aan. Daarom moet ook binnen kleine kernen voldoende nieuwbouw mogelijk zijn.

LAAGHANGEND FRUIT RAAKT OP

De grote leegstand van oudere kantoren in combinatie met het woningtekort leidde de afgelopen jaren tot een substantiële transformatie. Zo zijn in een gemeente als Nieuwegein veel kantoren omgebouwd tot appartementencomplexen. Bij deze vorm van herbestemming is het meeste laaghangend fruit inmiddels al wel

geplukt. Zeker niet alle kantoren lenen zich voor een transformatie tot woningen. Naast bouwkundige belemmeringen is ook de locatie van belang. Een afgelegen bedrijventerrein zonder goede ov-verbinding is geen geschikte woonplek.

WONEN IN WINKELS

Door de toenemende winkelleegstand lijkt zich mogelijk een nieuwe grootschalige herbestemmingsoperatie aan te dienen. Als het gaat om levendigheid en de nabijheid van voorzieningen zijn winkels vaak prima geschikt voor een woonfunctie. Praktische bezwaren – onvoldoende daglicht – maken een transformatie tot woning echter lastig. Ook de hoge vierkantemeterprijs van winkelvastgoed speelt een rol. Verder gaat het vaak om kleinschalige projecten. Die zijn financieel minder interessant dan het verbouwen van een groot kantoor tot tientallen woonunits.

SAMENVOEGEN EN SPLITSSEN

Gebouwen moeten nu vaak met veel moeite en hoge kosten geschikt worden gemaakt voor een nieuwe functie. Door al bij het ontwerp te anticiperen op toekomstig ander gebruik is veel winst te halen. Denk aan een studentencomplex dat voorbereid is op een latere samenvoeging van twee units tot een ruimer startersappartement.

In de grote steden woont inmiddels ongeveer de helft van de inwoners alleen. Er is veel behoefte aan eenpersoonswoningen. Daarom is het ook verstandig huizen eenvoudig splitsbaar te maken. Als de kinderen zijn uitgevlogen, hebben ouders minder ruimte nodig. Als zij dan een deel van hun woning zonder grote ingrepen en met behoud van privacy kunnen verhuren aan bijvoorbeeld een starter, draagt dat bij aan de flexibiliteit op de woningmarkt. Ook kunnen huiseigenaren zo het kapitaal laten renderen dat in hun stenen zit.

KNARRENHOFJES

Ook levensloopbestendigheid vereist een vooruitziende blik. Het wekt verbazing dat woningen amper voorzien worden van een lift of in elk geval voorbereid zijn op zo'n voorziening. Daarmee kunnen oudere mensen langer op hun vertrouwde plek blijven wonen. En dan wellicht een deel van de woning ter beschikking stellen aan een andere gebruiker. Ook uit sociaal oogpunt heeft dat voordelen. Eenzaamheid onder ouderen is immers een groot en groeiend probleem.

In dat verband kunnen ook zogenaamde Knarrenhofjes of meergeneratiehofjes in een behoefte voorzien. Dit zijn woonvormen waar senioren of verschillende generaties samen wonen en elkaar ondersteunen.



Verduurzaming van historische panden is kostbaar en complex (foto Shutterstock/Sander Meertins).

VERPLICHT GASLOOS

8 Ongeacht waar een woning staat en hoe deze wordt gebruikt, elke eigenaar krijgt te maken met de energietransitie. Nederland wil de klimaatverandering tegengaan door in 2030 de helft minder CO₂ uit te stoten ten opzichte van 1990. Deze ambitie heeft grote impact op de woningmarkt. Nieuwbouw moet energie-neutraal of energiepositief zijn. Op een paar uitzonderingen na is gasloos bouwen inmiddels verplicht. Ook bestaande woningen moeten een verduurzamings-slag ondergaan.

ARM, RIJK EN HISTORISCH

Nieuwe woningen zijn technisch en financieel goed energiezuinig te realiseren. De grote uitdaging zit in de bestaande woningvoorraad. Uit onderzoek blijkt dat 6 tot 12 procent van de mensen geen toegang heeft tot financiële middelen om verduurzaming van hun woning te bekostigen. Daarom investeert de Provincie Utrecht miljoenen euro's in een inclusieve energietransitie. Opvallend is dat ook gemeenten met veel villawijken zoals Laren en Gooise Meren achterblijven bij de verduurzaming. Uit een analyse van het FD blijkt dat in zeven van de acht gemeenten met de hoogste WOZ-waarden verhoudingsgewijs veel huizen staan met lage energielabels. En wat te denken van historische panden in steden en dorpen in de provincie?

Er zijn forse investeringen nodig om dergelijke gebouwen zonder spouwmuur voldoende te isoleren voor energiezuinige verwarming. Ook het behoud van de esthetische en monumentale waarde maakt verduurzaming complex en kostbaar.

WONINGEN OF WINDMOLENS

De in de toekomst gebruikte energie moet duurzaam zijn. Voor het opwekken hiervan is veel van de schaarse ruimte in de provincie nodig. Tot welke dilemma's dit kan leiden, blijkt uit de discussie over Rijnenburg. Velen zien in deze polder in de oksel van A2 en A12 een ideale grootschalige bouwlocatie, als follow-up voor Leidsche Rijn. De gemeente Utrecht wil op deze plek echter windmolens en zonneparken realiseren. Beide bestemmingen zijn nodig, maar de ruimte kan maar één keer worden benut. Bijkomend probleem: al is er een breed draagvlak voor verduurzaming, niemand wil een windmolen of zonnepark in het blikveld. De complexe keuzes die voortvloeien uit de energietransitie worden vastgelegd in dertig Regionale Energiestrategieën. De samenstellers wacht een enorme klus.

HERBRUIKBAAR EN HERNIEUWBAAR

Ambities zijn er ook als het gaat om circulariteit. De regionale economie moet in 2050 zoveel mogelijk circulair zijn. Verbouwen en slopen is een element met veel impact. Hergebruik

van bouwmaterialen vermindert de CO₂-uitstoot. Als toch nieuwe materialen nodig zijn, verdienen hernieuwbare en hergroeiende alternatieven uit circulair oogpunt de voorkeur. Aansprekend voorbeeld, alhoewel geen woning, is het nieuwe kantoor van Triodos in Zeist. Dit is vrijwel volledig van hout. Ook is het gebouw remontabel en kan later elders – geheel of in delen – een nieuwe bestemming krijgen. In de regio worden ook steeds meer woningen gerealiseerd met circulaire elementen. Het nieuwbouwproject Elix in de Zeister wijk Kerckebosch omvat veertien woningen die gebouwd worden met kruislings verlijmd hout en houtskeletbouw. Ook delen bewoners straks diensten en voorzieningen; een belangrijk circulair uitgangspunt.

ANTICIPEER AL BIJ HET ONTWERP OP ANDER GEBRUIK IN DE TOEKOMST.

HITTESTRESS

Naast de energietransitie en circulaire doelstellingen heeft ook de klimaatverandering gevolgen voor de inrichting van steden en dorpen. Door de opwarming van de aarde krijgen we steeds vaker te

Meters maken op grootschalige
nieuwbouwlocaties (foto
Shutterstock/Worldpics).

maken met overvloedige regenval, droogte, hittestress en bodemdaling. Daarom moet de fysieke omgeving klimaatadaptief worden gemaakt. Denk daarbij onder meer aan groene daken, waterbergingen en vergroening van de omgeving.

LEEFBAARHEID WAARBORGEN

Het realiseren van voldoende betaalbare woningen is een van de grootste opgaven waar Midden-Nederland de komende decennia voor staat. Financieel, praktisch - waar halen we de benodigde vakmensen vandaan? - en ruimtelijk; denk aan de stikstofproblematiek. De energietransitie maakt de toch al complexe puzzel nog ingewikkelder. Daarbij moet de regio ondanks de sterke toename van woningen en inwoners de leefbaarheid waarborgen. Stakeholders zijn zich hiervan terdege bewust, zo blijkt onder meer uit de Regionale Economische Agenda. Doelstelling is een kwalitatieve groei waarbij duurzaamheid, inclusiviteit en brede welvaart centraal staan. Deze ambitie vergt een ultieme krachtsinspanning van alle betrokkenen.



Elix in Zeist: woningen met circulaire elementen (MIX architectuur/BPD)





Het Dura Vermeer
Innovation Center
(foto Verrijck).

VAN DEN POL ELEKTROTECHNIEK LEVERT GROEN MAATWERK

EERSTE HULP BIJ VERDUURZAMING

Wettelijke verplichtingen en strengere eisen van financiers maken verduurzaming van vastgoed steeds urgenter. Van den Pol Elektrotechniek ontzorgt gebouweigenaren daarbij volledig. Slim verduurzamen staat centraal. Een online tool maakt in één oogopslag duidelijk welke maatregelen het meeste rendement opleveren. “Want elk gebouw is anders; verduurzaming is altijd maatwerk.”

“Techniek zit in onze genen,” zegt Wim van den Pol, directeur van de gelijknamige Montfoortse elektrotechnisch specialist. Al 85 jaar zet het familiebedrijf innovatieve oplossingen in om gebouwen en installaties veiliger, duurzamer, slimmer en comfortabeler te maken.

GROTE UITDAGING

De rol van installateurs als Van den Pol wordt alsmaar belangrijker. “Gebouwen bevatten meer techniek die ook steeds complexer wordt. We installeren vaker draadloos, sensoren zijn gemeengoed. Daardoor meten en weten we steeds meer. Met die informatie brengen we veiligheid, comfort en gebruiksgemak op een hoger niveau.”

Het aandeel elektriciteit in de energiemix zal volgens Wim van den Pol de komende jaren substantieel stijgen ten koste van olie, kolen en gas. “Goed nieuws, maar het betekent tegelijkertijd een grote uitdaging. Voor ons als bedrijf én voor de maatschappij. Er moeten immers voldoende goed opgeleide vakmensen zijn om al die techniek te kunnen installeren en onderhouden. Ook voor de energietransitie zijn veel nieuwe technici nodig.”

OOG VOOR JONG TALENT

Om jongeren al vroeg te interesseren voor techniek, opende vorig jaar de TechnoHUB in Woerden. “Dit is een regionale campus waar schoolklassen alle facetten van techniek ontdekken. Hopelijk spreekt dat aan en kiezen ze later voor een techni-

sche opleiding.” Deze leeromgeving is een initiatief van Woerdens Techniek Talent, een samenwerkingsverband met Van den Pol als een van de drijvende krachten.

Ook intern heeft het bedrijf oog voor jong talent. Al vijftien jaar heeft Van den Pol een eigen bedrijfsschool. Jongeren volgen hier een versnelde mbo-opleiding waarbij ze leren en werken combineren. “Een prima basis voor hun verdere carrière. Bijna alle projectleiders zijn hier elektromonteur geweest. Onze verschillende afdelingen bieden veel mogelijkheden om door te groeien.”

VEILIG EN GEZOND

De 250 medewerkers spelen een sleutelrol bij Van den Pol. “Lekker werken met leuke mensen staat centraal,” stelt Wim van den Pol. “Medewerkers krijgen vrijheid en vertrouwen. Er is veel aandacht voor hun ontwikkeling.”

En voor hun veiligheid. Van den Pol is een van de eerste gebouwinstallateurs met een certificering volgens trede 3 van de Safety Culture Ladder, de nieuwe norm voor veiligheidsbewustzijn. “Voor een mensenbedrijf als het onze is veiligheid een vanzelfsprekende prioriteit. Medewerkers moeten elke dag gezond op hun werk komen én gezond weer naar huis gaan.”

OPVALLENDE PROJECTEN

Het werkerrein van Van den Pol concentreert zich in Midden-Nederland en de Randstad. Opvallende actuele regionale projecten zijn onder meer het Dura Vermeer Innovation Center in Utrecht. Hier zet Van den Pol haar brede specialisme in met naast de complete E-infrastructuur ook voorzieningen voor brandmelding, ontruiming, intercom, inbraakbeveiliging, toegangscon-

trole en CCTV plus datanetwerk, ledverlichting, PV-panelen en laadpalen. Van den Pol installeerde ook Liemès, een nieuw foodconcept in The Wall langs de A2 met 1.500 m² en elf verschillende keukens. En aan de Oudegracht in het hart van Utrecht werkt Van den Pol aan House Modernes, een markante herontwikkeling met naast winkels ook kantoren, horeca en een fietsenstalling.

DUURZAME DRIJVEREN

Met een Greenteam draagt Van den Pol een steentje bij aan een duurzame regio via collectieve solarprojecten en de verduurzaming van vastgoed. De drijfveren voor bouw eigenaren daarbij worden steeds talrijker. “Per sector zijn erkende maatregelen opgesteld,” zegt Paul van der Maas, sales engineer bij Van den Pol. “Grootverbruikers zijn verplicht deze uit te voeren bij een natuurlijk vervangingsmoment of een terugverdiendtijd korter dan vijf jaar. Steeds vaker controleert de regionale omgevingsdienst of deze erkende maatregelen ook werkelijk uitgevoerd zijn. Voor grootverbruikers geldt een informatieplicht; zij moeten zelf rapporteren over gebouwverduurzaming.”

STRENGE BANKEN

Per 1 januari 2023 is voor kantoorgebouwen minimaal energielabel C verplicht. “Dat zorgt voor een enorme verduurzamingsopgave. Bedenk dat ook financiers steeds strengere eisen stellen aan het energielabel. Nederlandse grootbanken geven aan dat zij in de toekomst gebouwen zonder A-label niet meer zullen financieren. Dus wanneer de hypotheek op zo’n pand afloopt, wordt deze niet verlengd.”

ONLINE DUURZAAMHEIDSTOOL

Wat de aanleiding ook is, Van den Pol ondersteunt bouw eigenaren die willen of moeten verduurzamen. “Eerste stap is een analyse van de actuele situatie. Want elk gebouw is anders, verduurzaming is altijd maatwerk. Onze online duurzaamheidstool geeft inzicht in het huidige energielabel en mogelijke verduurzamingsmogelijkheden inclusief investering, energiebesparing en terugverdiendtijd. In één oogopslag wordt duidelijk welke maatregelen het meeste rendement opleveren en wat de impact is op het energielabel.”

Deze gegevens kunnen bedrijven gebruiken voor de informatieplicht of de omgevingsdienst. “En het is de basis voor een gerichte verduurzamingslag. Daarbij investeren bouw eigenaren op basis van objectieve informatie.”

OOK FINANCIËEL VERSTANDIG

Beter inregelen van installaties, slimme schakelingen en ledverlichting zijn meestal voldoende voor label C. “Met plaatsing van PV-panelen komt vaak ook label A in beeld.” Bij dit traject ontzorgt Van den Pol volledig. “Van analyse en implementatie tot en met het verkrijgen van het energielabel.” Ook financieel is gebouwverduurzaming een verstandige keuze, benadrukt Van der Maas. “Vaak leveren maatregelen direct al geld op.”

Meer weten over slimme gebouwverduurzaming? Neem contact op met Paul van der Maas via 0348 479 960 of p.v.d.maas@vandenpol.com.

vandenpol.com



IKEA® for Business

Jouw kantoor, op jouw manier



Hulp nodig bij het inrichten van je kantoor? IKEA for Business helpt je graag op een manier die bij je past. Want wij bieden je niet alleen ergonomische en betaalbare meubels die jarenlang meegaan, maar ook service op maat. Wil je persoonlijk interieuradvies, meer weten over flexibel werken of een vaste contactpersoon die transport en installatie voor je regelt?

Ga dan naar [IKEA.nl/business](https://www.ikea.nl/business)





KANTOOR BOUWEN KAN SLIMMER, SNELLER EN SCHONER BIJ JAN SNEL

13

De huidige bouw- en vastgoedsector staan voor vele uitdagingen. Denk aan de vraag naar kantoorpanden, flexibele inzet of de behoefte aan tijdelijke en zeer urgente huisvesting. Er liggen grote vraagstukken, maar tegelijkertijd merkt Jan Snel aan alles dat het bedrijfsleven er klaar voor is om modernisering te omarmen en op een andere manier te gaan bouwen.

Ook Jan Snel is daar meer dan klaar voor. Voor ons is de manier van bouwen namelijk niet de uitdaging. De uitdaging zit in het veranderen van de denkwijze van de vastgoedsector. Onze modulaire manier van bouwen is slimmer, sneller en schoner dan traditionele bouw. Door modulair te bouwen, heeft Jan Snel volledige controle over het gehele proces. Alle elementen worden geproduceerd op onze eigen productielocaties, alleen de eindmontage vindt plaats op de bouwlocatie.

Bouwen onder gecontroleerde omstandigheden in de fabriek betekent gestandaardiseerd bouwen met minimale foutmarge. Daardoor kunnen we altijd de hoogste kwaliteit leveren en geven we onze klanten duidelijke garanties als het gaat om planning.

Onze geïndustrialiseerde bouwmethode zorgt er tevens voor dat we efficiënter en productiever bouwen. We zijn daardoor in staat een tijdsinstelling van 30 tot 50 procent te realiseren ten opzichte van traditionele bouw.

Onze organisatie bouwt niet alleen slimmer en sneller, maar ook schoner. We werken samen met het platform Ecochain om het milieueffect van onze gebruikte materialen en grondstoffen, het productieproces en het gebruik van de gebouwen zelf inzichtelijk te maken en te vergelijken. Die analyses laten zien dat onze modulaire en gestandaardiseerde bouwmethode, en de maatregelen op het gebied van circulariteit, er nu al voor zorgen dat we de CO₂-uitstoot kunnen halveren ten opzichte van traditionele bouw. Met die aanpak stimuleren we duurzaamheid én creëren we waarde. Dat is goed voor de wereld om ons heen, maar ook voor onze opdrachtgevers.

Interesse? Kijk op www.jansnel.com voor meer informatie en de mogelijkheden

HOFCLUB WERKEN & VERGADEREN WOERDEN BREIDT VERDER UIT

Hofclub Werken & Vergaderen locatie Woerden gaat verder uitbreiden en gaat zich meer richten op de verhuur van kantoren op de Zaagmolen 4 te Woerden. Wegens aanhoudende vraag naar kantoorruimten met vergadermogelijkheden in de markt is hier toe besloten. "We merken dat steeds meer organisaties op zoek gaan naar nieuwe (kleinere) kantoorruimten met mogelijkheid tot vergaderen, zodat de positieve trend van het thuiswerken anno 2021 door blijft gaan. Kantoor wordt meer een ontmoetingsplek om met elkaar te overleggen. Wij bewegen graag mee met de behoeften uit de markt", aldus Arnoud van Raak algemeen directeur van het Hofclub Werken & Vergaderen concept. De in totaal 200 m² extra ruimte om te werken en te vergaderen kunnen zo worden ingericht dat er praktische, ruime en lichte kantoren gerealiseerd worden. Maar ze kunnen ook dienen als vergaderruimten. Alle ruimten zijn bereikbaar via de gezamenlijke lounge waar elke werkdag een vast team zit voor ontvangst en ondersteuning. Daarnaast is er ook één kantoor beschikbaar dat bestaat uit twee ruimten met een eigen entree, pantry en toilet. Er worden kantoren aangeboden variërend van 5 tot 14 werkplekken. Meer informatie op www.hofclub.nl.



EEN DERDE WERKNEMERS OVERWEEGT NIEUWE BAAN ALS GEVOLG VAN PANDEMIE

Als gevolg van de COVID-19 pandemie overweegt 35% van de werknemers een nieuwe baan te zoeken in de komende twaalf maanden. Dit blijkt uit het onderzoek van Kaspersky 'Securing the Future of Work'. De twee grootste drijfveren voor een carrière-verandering zijn een hoger salaris (49%) en een goede balans tussen werk en privé (41%). Ondanks de onzekerheid op de huidige arbeidsmarkt, blijven werknemers ambitieus. Bijna de helft wil het liefst zijn huidige functie behouden (48%), maar tegelijkertijd wil men ook graag hun werkdagen beter in hun persoonlijke leven laten passen. Door de lockdown en het werken op afstand, heeft men daarbij ook de tijd gehad om na te denken over hun carrière, ontwikkeling en het leren van iets nieuws. Ongeacht voor welke richting er gekozen wordt, de belangrijkste reden voor een nieuwe baan is een beter salaris (49%). Gevolgd door een betere balans tussen werk en privé voor 41% van de respondenten. Door de pandemie wordt het leven thuis met familie meer gewaardeerd, evenals het nastreven van persoonlijk interesses en hobby's. Werknemers willen deze mogelijkheden in de toekomst behouden. Na salaris en persoonlijk gemak, geeft 35% van de werknemers aan naar een baan te streven met meer maatschappelijke betekenis en impact. Door de gebeurtenissen in 2020 is het aannemelijk dat werknemers meer zijn gaan nadenken over hun huidige baan, wat belangrijk is op werk en daarbuiten. Hierdoor is men bewuster gaan nadenken waar en hoe men tijd spendeert.



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



Mr. Sylvia Gerdes
 Van Benthem & Keulen Advocaten & Notariaat
 e-mail: sylviaGerdes@vbk.nl
 telefoon: +31 30 259 5528

FUT WEG, VUT WEER TERUG?

Bijna 15 jaar geleden is de VUT, de regeling voor vervroegde uittreding, afgeschaft. Indien er een vertrekregeling wordt getroffen die het vervroegde pensioen voor een medewerker mogelijk maakt, bijvoorbeeld in de vorm van een ontslagvergoeding of in de vorm van afspraken over vrijstelling van werkzaamheden tot aan de pensioendatum, kon dat sindsdien leiden tot oplegging van een boete van maar liefst 52% door de Belastingdienst aan de werkgever. Deze boete stond behoorlijk in de weg als werkgevers hun werknemer tegemoet wilden komen om eerder te stoppen met werken als sprake was van fysieke ongemakken bij zwaarder werk of als sprake was van oudere werknemers die niet meer helemaal goed konden meekomen op de werkvloer.

De Eerste Kamer heeft op 12 januari 2021 het wetsvoorstel 'Wet bedrag ineens, RVU en verlofsparen' aangenomen. Hierdoor wordt het voor werkgevers mogelijk om met oudere werknemers gemakkelijker afspraken te maken over het eerder stoppen met werken. Onder voorwaarden is namelijk geen 52%-heffing meer verschuldigd. Regelingen op basis waarvan een werknemer eerder dan drie jaar voor de AOW kan stoppen met werken, levert geen vrijstelling op, wel een volledige boete voor de werkgever. Het maximaal vrijgestelde bedragen overschrijden, dat wil zeggen meer dan circa € 66.000,00, mag wel maar zorgt ervoor dat de bedragen boven de drempelvrijstelling worden belast.

Deze voorwaarden zijn de volgende:

1. De verruiming geldt voor de regeling die wordt afgesproken tussen 1 januari 2021 en 31 december 2025.
2. Het stoppen met werken vindt plaats in de laatste 3 jaar voorafgaand aan het bereiken van de AOW-leeftijd.
3. Door de werkgever kan maximaal het bedrag worden uitgekeerd dat overeenkomt met het nettobedrag aan AOW dat een werknemer in de periode tussen het stoppen met werken en de ingangsdatum van de AOW zou hebben ontvangen. Het gaat om maximaal circa € 66.000,00 bruto (ongeveer € 22.000,00 per jaar), die boetevrij mag worden betaald als er exact 36 maanden zit tussen het moment van uittreden en het moment van het bereiken van de AOW-gerechtigde leeftijd.

De oudere werknemer die in de laatste drie jaar voor het bereiken van de AOW-leeftijd uit dienst gaat krijgt dan als het ware eerder AOW, betaald door de werkgever. Zij kunnen dit zelf aanvullen, bijvoorbeeld met spaargeld of door hun aanvullend pensioen eerder in te laten gaan. Deze versoepeling van de RVU-heffing werkt terug tot en met 1 januari 2021.

Om vervroegde uittreding verder te stimuleren kunnen werkgevers werknemers tot een maximum van 100 weken loonheffingsvrij verlof laten sparen. Dat was tot 1 januari 2021 maximaal 50 weken.

Goed nieuws dus voor werkgevers en oudere werknemers die er tegenaan liepen niet meer te kunnen of te willen blijven werken tot de AOW-leeftijd. Het wordt nu een stuk makkelijker om samen afspraken te maken om eerder te stoppen met werken.

HULP STUDENTEN HAN SPORT EN BEWEGEN

FC UTRECHT BINDT SUPPORTER VAN DE TOEKOMST

FC Utrecht wil de meest familievriendelijke club van Nederland worden en voortdurend oog hebben voor zijn jonge fans en volgers. De club heeft onder meer een marketeer aangesteld die zich volledig focust op Generatie Z om dat doel te bereiken. De afgelopen jaren zijn al verschillende stappen gezet, die erin hebben geresulteerd dat FC Utrecht haar (jonge) doelgroep steeds beter begrijpt. Ook bedrijven kunnen hier lessen uit leren.

In de Nederlandse professionele autosport, het wielrennen of het schaatsen, maar ook in het hockey, het basketbal of in de atletiek vind je geen mogelijkheid je als jongeling in een vroegtijdig stadium te binden aan jouw favoriete sportheld of -ploeg. In de cultuursector probeert een enkel museum dat wel. Neem bijvoorbeeld de Rail Rookies van het Nederlands Spoorwegmuseum, dat zich met deze kidsclub richt op jonge treinfanaten en hen probeert te binden en vaker naar het museum te trekken. Een kidsclub voor jeugdige fans is 100% ingebed bij de Nederlandse betaald voetbalorganisaties. Soms proberen de clubs de liefde al over te brengen vanaf de geboorte. De werkwijze en het commitment vanuit de clubs verschilt echter behoorlijk. Het bereiken, boeien, binden en behouden van jeugdige fans is méér dan een project of een one-off event dat je organiseert. Het moet in het DNA van je organisatie (gaan) zitten.

FC Utrecht uitte intern al eerder de focus op jongeren, maar dat is nu ook extern uitgesproken. Het wil de meest familievriendelijke club van Nederland worden en wil

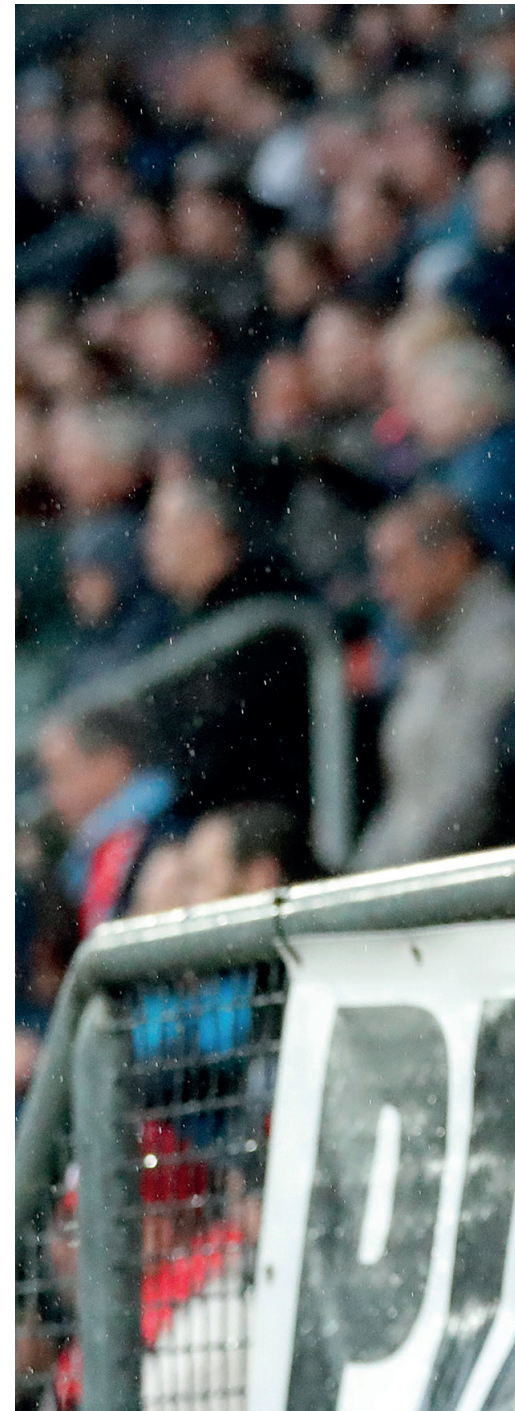
voortdurend oog hebben voor de jonge fans en volgers.

FOCUS

FC Utrecht is de eerste club in Nederland waarbij sinds 2017 een marketeer zodanig is vrijgespeeld dat hij (Sonny van Kranenburg) zich alleen kan - maar ook mag - focussen op Generatie Z en jonger. Nog specifiek: focussen op de generatie geboren na 1995, opgroeiend in een volledig digitale wereld. Een groep die zich geen leven meer zonder internet kan voorstellen en gewend is aan een constante bevestiging van behoeften. In Nederland vormt die groep van 'jongeren' tussen de 0 en 25 jaar oud, reeds 28% van de ruim 17,4 miljoen burgers die Nederland rijk is (Bron: CBS, 2020). FC Utrecht vindt Generatie Z een belangrijke groep. Van Kranenburg kan hier tezamen met stagiairs volledige focus op hebben en krijgt ondersteuning en support vanuit de rest van het marketing- en mediateam.

DURF TE INVESTEREN

Eerder intern onderzoek van PSV wees uit dat de groep van voormalig PSV-



kidsclubleden, vijf jaar ná uitschrijving bij de kidsclub, tot wel €650.000,- aan ticketing omzet genereerde. Kortom, de kosten mogen voor de baten uitgaan. Durf te investeren in je fan, niet alleen vanuit sfeer- en fan engagementperspectief. Als ook op directieniveau het belang van de toekomstige fan nog beter wordt ingezien, hoeft een kidsclub- of marketingbudget gericht op de jongste fans, geen sluitpost meer te zijn van de begroting, zoals bij PSV en door de auteur ook eerder bij N.E.C. werd ervaren.

Het is investeren in de toekomstige fans en volgers. Zij die zich in de toekomst



als eenmalige merchandise of losse toegangskaartkoper kunnen etaleren, maar ook als seizoenkaarthouder of zelfs businesspartner van de club. Kortom, de return on investment volgt dus mogelijk pas enkele jaren tot een of twee decennia later.

In gesprek met Van Kranenburg wordt dit bevestigd: "De kidsclub van FC Utrecht is een belangrijk middel om supporters al in hun eerste levensfase te koppelen aan onze club. In de eerste fase ontwikkelen kinderen hun eerste eigen denkbeelden, visies en liefdes. Het ideale moment om de prikkels en

emoties van de voetbalwereld over te dragen. Weet FC Utrecht het hart van een kind te veroveren? Dan kan er zó een fan voor het leven zijn bijgekomen!"

SLUIT AAN BIJ ELKE LEVENSFASE

FC Utrecht heeft verschillende supportersgroepen die aansluiten bij de levensfasen van een FC Utrecht-supporter. Door de supporter te betrekken bij de club wil FC Utrecht het rood/witte-hart sneller laten kloppen. Per levensfase biedt FC Utrecht daarom een concreet aanbod voor haar (potentiële) supporters.

FC Utrecht heeft inmiddels de leeftijds-grens voor kids en jeugd uitgebreid naar een groep van 0- tot 16-jarigen: de kidsclub voor 0- tot 12-jarigen en de jongerenclub, de Jonge Garde voor 13-16 jaar. Een 15-jarige fan wil natuurlijk iets heel anders ontvangen dan de ouders van een 1-jarige fan. De diverse doelgroepen ontvangen middels gesegmenteerde boodschappen dan ook berichtgeving op maat vanuit de club uit de Domstad. Van Kranenburg: "Of het nou het verzoek was aan jonge fans begin december je schoen online te zetten of oudere jongeren vragen naar hun Weekend-League ervaring op



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 streepeloos 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?



+31 (0)183 - 62 17 99

WWW.TEVAN.COM



FC UTRECHT ESPORTS ACADEMIE

esports gebied." Naast leuke activiteiten voor de jeugd verzamelt de club op deze manier datagegevens. Middels deze data leert de club haar fans nog beter kennen en kunnen zij contact onderhouden. "Ons doel is om de liefde voor FC Utrecht op zo'n jong mogelijke leeftijd over te dragen op de nieuwe generatie. FC Utrecht, van generatie op generatie. In de FC Utrecht-fanladder benaderen wij elke groep supporters met een ander verhaal dat aansluit op de behoefte en past binnen de beleving van desbetreffende doelgroep", aldus Van Kranenburg.

HUISJE VAN DE TIGER-MASCOTTES

FC Utrecht is de eerste club in Nederland met een heuse verblijfplaats in het stadion voor zijn mascottes Tiger & Tigergirl. Het zogenoemde Tigerhuisje is doordeweeks geopend voor kinderfeestjes en activiteiten van de Junior Tigers. Op een wedstrijddag kan je er chillen aan de picknicktafels of kleuren met de FC Utrecht-mascottes en is het voor kinderen en families op de Zuidtribune geopend. Middels een speciale plek in Stadion Galgenwaard kan de club zich volledig focussen op deze doelgroep. Van Kranenburg daarover: "Deze plek sluit aan bij de wensen en behoeften van de doelgroep en hun ouders (veiligheid en vermaak, red.). Door het creëren van een speciale ruimte in Stadion Galgenwaard verwachten we iedere wedstrijd meer families in het stadion te mogen begroeten als de regels het vanuit RIVM weer gaan toelaten."

SUPPORTERSDEBUUT

Van Kranenburg: "Iedereen herinnert zijn of haar eerste keer naar FC Utrecht. Van de trappen in Stadion Galgenwaard tot de acties op het veld. Een prachtige ervaring die wij zoveel mogelijk Utrechters willen meegeven." In navolging van o.a. Ajax maakt FC Utrecht het debuut van debutanten (tot 12 jaar oud) in Stadion Galgenwaard zichtbaar middels het supportersdebuut. Supporters kunnen iemand (tot 12 jaar oud) online aanmelden die zijn debuut gaat maken in Stadion Galgenwaard. Met speciale informatie-mailings, een debutantencertificaat en een speciale FC Utrecht-goodiebag, die desbetreffende debutant vlak voor de wedstrijd op de tribune ontvangt, zorgt de club voor extra beleving.

SCHOOLBEZOEKEN

Eén van de pijlers van FC Utrecht is een gezonde leefstijl bevorderen bij kinderen onder dertien jaar. Bewegen en goed eten staat daar centraal bij. "Met diverse initiatieven en projecten stimuleren wij jeugd in de provincie Utrecht om te bewegen en gezond te eten en drinken. Met onze rolmodellen, ons stadion en logo kunnen wij als geen ander kinderen inspireren", aldus Van Kranenburg. Er zijn vele onderzoeken over de kracht



ELKE WEEK TRAINING VAN EEN ESPORTER

van rolmodellen. Het Trimbos Instituut heeft onderzoek (2018) gedaan naar de impact van FC Utrecht-rolmodellen. Het onderzoek gaf aan dat wanneer FC Utrecht-spelers kinderen vertellen water te drinken, 57% van de kinderen op korte termijn meer water drinkt, dan wanneer de leraar/lerares het vertelt. Van Kranenburg: "Met dit in het achterhoofd hebben wij de afgelopen anderhalf jaar diverse lessen over bewegen, gezond leven en sportiviteit gegeven. De vraag vanuit scholen is groot en daarom hebben wij een online platform ontwikkeld waar scholen ook digitaal bij de FC Utrecht-lessen kunnen en op deze manier veel kinderen kunnen inspireren om gezond te leven."

FC UTRECHT ESPORTS ACADEMIE (DISCORD)

Discord is een instant messaging- en VoIP-applicatie en digitaal distributieplatform dat ontworpen is voor het creëren van virtuele gemeenschappen, variërend van gamers tot onderwijs en bedrijven. FC Utrecht heeft ook een Discord-kanaal. Binnen deze Discord ontmoeten jongeren met een passie voor FC Utrecht en FIFA elkaar, geven de eSporters van FC Utrecht tips en tricks en heeft de club een kanaal om met haar supporters te communiceren. Van Kranenburg: "Door het starten van deze eigen online FC Utrecht eSports Academie biedt de club de jeugd uit Utrecht en

omgeving een plek die aansluit bij hun leefwereld. Een plek die inspireert en hen activeert. Uiteindelijk levert deze Academie binding op met onze doelgroep en is de club online en offline meer zichtbaar."

HAAL KENNIS VAN BUITENAF

FC Utrecht werkt onder andere samen met de opleiding Sportkunde van de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen.





jansnel

Jan Snel bouwt slimmer, sneller én schoner

Jan Snel bouwt en levert woningen van de hoogste kwaliteit.

Hoewel onze woningen er op het eerste gezicht niet anders uit zien, biedt onze innovatieve, modulaire bouwmethode grote voordelen. De woningen worden namelijk grotendeels in de fabriek vervaardigd waardoor Jan Snel slimmer, sneller én schoner bouwt dan traditionele bouw. Onze vernieuwende aanpak levert een tijdwinst op van 30 tot 50 procent en halveert bovendien de CO₂-uitstoot per project.

Jan Snel brengt de toekomst van de bouw nu al in praktijk.

| **WONEN** | **WERKEN** | **LEREN** | **ZORG** | **LEISURE** | **JANSNEL.COM**



Sinds 2019 zijn marketingvraagstukken over hoe meer fans zowel offline als online te binden geïntegreerd in de Nijmeegse minor Sport Event Marketing (Engelse variant) en de minor Sport Economie. Binnen- en buitenlandse studenten van de HAN University of Applied Sciences analyseerden de customer journey van de jeugdige FC Utrecht-fan en keken als mystery shopper (vorig seizoen) bijvoorbeeld hoe de promotie voor de kidsclub geregeld is. Hun bevindingen en aanbevelingen zijn aan het einde van de minor, niet alleen voor studiepunten gepresenteerd op school, maar ook aan de marketingafdeling van FC Utrecht. Feedback van Van Kranenburg - als marketeer van FC Utrecht - zorgde voor nog meer waarde en lerend vermogen voor de studenten.

Met de aanbevelingen vanuit de HAN zijn reeds enkele zaken door FC Utrecht omarmd en uitgevoerd. Zo ging de club aan de slag met communicatiecampagnes bij amateurverenigingen in de regio Utrecht, werd het Tigerhuisje ontworpen en uitgevoerd en werd gewerkt aan de optimalisatie van de tone-of-voice op de clubwebsite en in nieuwsbrieven. Daarnaast staan er nog diverse acties op de planning voor na de coronaperiode. Een meer duidelijkere koppeling tussen onderwijs, onderzoek en bedrijfsleven is niet te maken. En dit staat nog los van de HAN Sportkunde-studenten die op de marketingafdeling stage liepen of lopen.

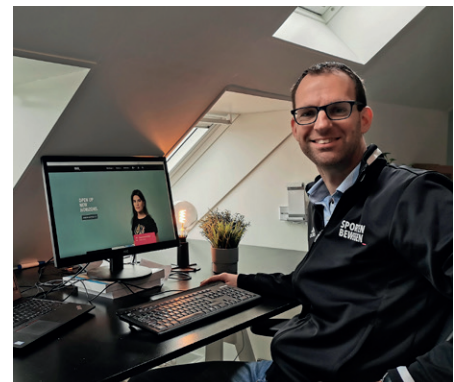
LEER JE DOELGROEP BEGRIJPEN

Het belangrijkste volgens Van Kranenburg is om je doelgroep te begrijpen: "Door diverse gesprekken te voeren met jeugdige fans, van kidsclubleden tot en met fanatieke seizoenkaarthouders, wordt er voortdurend gemonitord hoe de club er bij de fans op staat. Bijsturen en duurzaam investeren in deze zeer belangrijke doelgroep wordt zo mogelijk gemaakt. Dat heeft bij ons al geresulteerd



in onder andere meer deelnemers tijdens eSports- en kinderactiviteiten, een hogere waardering voor de activiteit van FC Utrecht Tigerclub en een ledengroei bij de Kidsclub."

Om kinderen te betrekken bij de club en naar ze te luisteren, richtte FC Utrecht onlangs een kidsraad op: De Tigerraad. De Tigerraad functioneert hierbij als een klankbordgroep. Tijdens de bijeenkomsten worden vragen, wensen of ideeën op het gebied van activiteiten/merchandise/content ingebracht door zowel de kinderen als door FC Utrecht. Door elke dag te bouwen aan de Junior Tigers, de Jonge Garde, eSports en fanengagement-initiatieven deelt de club het verhaal van FC Utrecht met alle kinderen en jongeren in de provincie Utrecht. Het doel? Een nieuwe generatie aanspreken en hen aan FC Utrecht binden.



DE SCHRIJVER: BAS VAN ROSSUM

Rol bij de HAN en historie

Bas is expertise-docent op de Hogeschool van Arnhem en Nijmegen bij de studie Sportkunde (als onderdeel van Sport en Beweging). Daarvoor werkte hij bij AFC Ajax, N.E.C. en TOP Oss. Binnen Sportkunde behoren de vakken rondom Sportsponsoring, Sportmarketing & events en Sporteconomie tot zijn pallet. Binnen Ajax was hij 7,5 jaar actief op de sponsorafdeling waarvan de laatste vier jaar als Head of Sponsoring. Zo zorgde hij met z'n team van accountmanagers voor optimaal relatiebeheer met de sponsor/partners, het uitvoeren van activiteiten en binnen halen van new business. Communicatie, engagement, creativiteit en persoonlijke touch zijn de termen waar het om draait. Daarvoor vervulde hij bij N.E.C. en TOP Oss diverse marketingcommunicatie functies.

BASISIMPACT

BASISIMPACT staat voor marketinginspiratie en advies. Met lezingen, live en online, deelt Bas zijn passie voor marketing en vertelt hij over impactmakende ervaringen uit zijn perioden bij Ajax, N.E.C. en TOP Oss. Hij inspireert medewerkers, vrijwilligers en/of zakenrelaties op personeelsdagen of zakelijke evenementen. Daarnaast geeft BASISIMPACT advies aan het midden- en kleinbedrijf en voert hij, tezamen met de klant, een optimalisatie van de marketing door. Verbetering van bijv. de social mediastrategie, het opstellen en indien wenselijk uitvoeren van een -op maat gemaakte- content jaarplanning, is een greep uit zijn werkzaamheden.

Is uw huidige
schoonmaakcontract
flexibel en
Coronaproof?

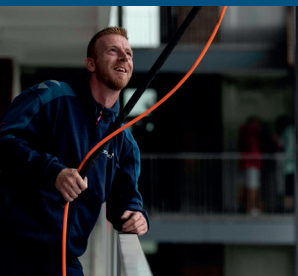
Met onze gratis
Quickscan maken
wij het voor u
inzichtelijk.

Kijk op dasleuk.nl



Pommolenlaan 19c
3447 GK Woerden

(088) 233 72 66 • (088) BEERCOO • www.beercoo.nl





WENNEN AAN WENDEN

Door Marilijn Boumeester

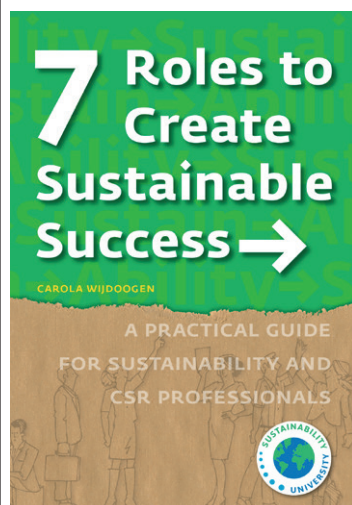
Als één vaardigheid van personen en organisaties op dit moment op de proef wordt gesteld, is het wel het vermogen om mee te bewegen met onverwachte omstandigheden.

Toch komen de corona-uitbraak en de gevolgen ervan maar mondjesmaat aan bod in het boek van Marilijn Boumeester. Zij behandelt wendbaarheid met een veel breder, bijna alomvattend perspectief. Het onderwerp heeft zowel te maken met maatschappelijke veranderingen als met persoonlijke drijfveren en ambities. Wendbaarheid speelt een rol in het onderwijs, bij het werk en in de privésituatie. De brede context trechtert gaandeweg tot concrete aanbevelingen en handvatten. *Wennen aan wenden* wil de lezer helpen om open te staan voor verandering. Want wenden is een continu proces; je bent er nooit klaar mee. Die dynamiek vat Boumeester samen in de doelstelling om toekomstbehendig in plaats van toekomstbestendig te worden.

281 pag.

ISBN 978-94-6215-675-3.

€ 39,95. Vakmedianet.



7 ROLES TO CREATE SUSTAINABLE SUCCESS

Door Carola Wijdoogen

Corona zorgt op tal van gebieden voor een versnelling. Zo is er een brede ambitie om de herstelinvesteringen te gebruiken om de energietransitie meer vaart te geven. Carola Wijdoogen was Directeur Duurzaam Ondernemen bij NS en is sinds 2019 directeur van Stichting Sustainability University. Uit onderzoek van deze organisatie blijkt dat 62% van de bedrijven die al bezig zijn met de duurzame transitie verwacht dat de coronacrisis hierbij helpt. 22% denkt dat zelfs een versnelling optreedt. Opvallend is dat organisaties die nog niet of amper met de transitie zijn gestart, de huidige crisis juist als een belemmering zien.

Voor beide kampen schreef Wijdoogen *7 Roles to Create Sustainable Success*. In dit Engelstalige boek bundelt zij haar eigen ervaringen, wetenschappelijk onderzoek plus de lessen van internationale opinieleiders zoals Kate Raworth en duurzaamheidsmanagers van onder meer DSM, Unilever en Google. Met haar boek wil Wijdoogen handvatten bieden voor acties en innovaties die de duurzame transitie versnellen. Organisaties die hierin slagen, versterken hun concurrentiepositie.

208 pag.

ISBN 978-90-8294-974-2.

€ 29,75. Stichting

Sustainability University/
Amsterdam University Press.



MAKING SHIFT HAPPEN

Door Margareth de Wit

Hoe cruciaal effectief leiderschap is, maakt de coronacrisis in ultimo duidelijk. Wereldwijd zijn er tal van voorbeelden in positieve en negatieve zin. Er wordt een beroep gedaan op vaardigheden die zelden getoond laat staan getest worden. Toch fungeert de huidige periode als lakmoesproef voor de toekomst. Denk aan de transities en ingrijpende veranderingen op tal van gebieden: duurzaamheid, arbeidsmarkt, gezondheidzorg.

Voor leidinggevendenden die impact willen hebben bij deze ontwikkelingen schreef Margareth de Wit *Making Shift Happen*. De Wit traint al jarenlang leiders van internationale topbedrijven. Ook in het onderwijs zet ze haar expertise in, bijvoorbeeld om samenwerking in zelfsturende teams te bevorderen. Haar boek bevat tien trainbare stappen waarmee leidinggevendenden kunnen bijdragen aan de gewenste transities binnen hun organisatie.

204 pag.

ISBN 978-94-6372-016-8.

€ 24,99.

Amsterdam University Press.

BUSINESS MODEL SHIFTS

6 wegen naar nieuwe waardecreatie voor klanten



Boom | Management IMPACT

Patrick van der Pijl, Roland Wijnen & Justin Lokitz
Design: Maarten van Lieshout

BUSINESS MODEL SHIFTS

Door Patrick van der Pijl,
Roland Wijnen en Justin Lokitz

Gezien de omstandigheden is het niet verwonderlijk dat veel actuele boeken gaan over verandering. Zo ook *Business Model Shifts*. Het speelveld waarop bedrijven opereren, wijzigt in hoog tempo. Naast de technologische revolutie en de energietransitie kwam er een lockdown die sommige ondernemers in één klap brodeloos maakte.

Hoe zorg je ervoor dat het businessmodel zodanig is ingericht dat een bedrijf succesvol kan blijven? Dit boek geeft daartoe inzicht in zes cruciale veranderingen: van product naar dienst; van stakeholder naar shareholder; van fysiek naar digitaal; van pijlpijn naar platform; van stapsgewijs naar exponentieel en van lineair naar circulair. Stuk voor stuk ingrijpende ontwikkelingen die zowel bedreigingen als kansen betekenen. *Business Model Shifts* helpt bij de juiste strategie, onder meer met 39 praktijkvoorbeelden, ruim zestig individuele bedrijfsmodellen en meer dan dertig patronen. Ook hierbij geldt: een keuze is niet voor eeuwig. Bepalend voor bestendig succes is het vermogen om te blijven veranderen.

288 pag.

ISBN 978-90-2443-485-5.

€ 39,90. Boom.



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 scheidt 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 vijftieneenhalf 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.



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 voortdurende 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 ECHE 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 evo-fenedex 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 oorspronregels 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 hebben 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 betreft. 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.

Gert Jan Jansen op de Haar: "Stuimerende ontwikkelingen versnellen sterk door de corona-uitbraak."



BEHOEFTE AAN ONDERSTEUNING URECA BLIJFT GROOT

“ONS WERK ZIT ER NOG LANG NIET OP”

Toen de impact van de corona-uitbraak voor het bedrijfsleven duidelijk werd, kwamen stakeholders in de regio Utrecht direct in actie. Provincie, gemeenten en regionale bedrijven vormden samen de Utrecht Region Economische Corona Alliantie, kortweg URECA. Doel: een praktisch en concreet hulploket bieden voor alle ondernemers. “Pas als je de strekking van een vraag doorgrondt, is gerichte ondersteuning mogelijk.”

Projectleider Gert Jan Jansen op de Haar hoefde niet lang na te denken toen hij het verzoek kreeg om bij URECA de kar te trekken. “Het is een goede gelegenheid om mijn dertig jaar ervaring in te zetten bij de ondersteuning van regionale ondernemers.” Jansen op de Haar had twee IT-bedrijven waarvan hij er recent één verkocht. “Dat geeft me tijd voor deze rol.”

Het URECA-loket was in no-time operationeel. “Letterlijk binnen een week. De backoffice wordt bezet door twee EBU-medewerkers, een groot aantal regionale bedrijven en ondernemers is beschikbaar voor vragen en ondersteuning.”

TIJDROVEND MAAR DANKBAAR

Aanvankelijk waren ondernemers vooral op zoek naar informatie over de verschillende regelin-

gen. “Maar al snel werden vragen specifiek en veelomvatter; mijn verdienmodel werkt niet meer; wat kan ik doen?” Voor startups en innovatieve mkb'ers werd de Corona Overbruggingslening (COL) ingesteld. “Aanspreekpunt was de ROM, maar in veel gevallen bleek dat voor een succesvolle aanvraag extra onderbouwing nodig was. Ook daarmee helpen wij bedrijven. Tijdrend maar dankbaar werk.”

VEEL VERTROUWEN

De achtergrond van ondernemers en bedrijven die zich wenden tot URECA is zeer divers. “Mkb, zzp'ers en startups maar ook grotere ondernemingen. Logischerwijs zijn veel ervan actief in de horeca, evenementenbranche en persoonlijke dienstverlening.” De gesprekken gaan meestal via Teams of Zoom. “Al is het virtueel, mensen ervaren dit zonder meer als echt contact. Mede daardoor is er geen terughoudendheid om informatie te delen. Het vertrouwen is groot en dat is belangrijk om de klankbordrol goed te kunnen vervullen. Ook mijn eigen ervaringen helpen daarbij. Net als ondernemers nu heb ik voor hete vuren gestaan. En weet wat het is als je bij de afdeling bijzonder beheer van de bank terecht komt. Het helpt absoluut dat ik deze ervaringen als context meeneem bij de gesprekken.”

STREKKING DOORGRONDEN

Meestal is de eerste trigger bij een hulpvraag financieel, stelt Jansen op de Haar. “Maar daarachter gaan vaak andere zaken schuil; twijfel over het verdienmodel en het langetermijnperspectief van een bedrijf. Pas als je de strekking van een vraag doorgrondt, is gerichte ondersteuning mogelijk; bijvoorbeeld op het gebied van financiën, juridische aspecten of marketing.” Daarbij kan URECA een beroep doen op een groot aantal regionale bedrijven en ondernemers die zich willen inzetten. “In de praktijk varieert hun inbreng van een bondig antwoord op een concrete vraag tot intensieve begeleiding bij een financieringsstraject.”

CREATIVITEIT EN VEERKRACHT

Na de zomer namen de hulpvragen toe. “Ondernemers zagen toen: dit gaat lang duren. Afwachten tot de

storm overwaait, is geen optie meer. De vraag dient zich aan of je businessmodel nog houdbaar is. Vaak is het nodig om de bakens echt te verzetten.” Jansen op de Haar roemt de creativiteit en veerkracht van ondernemers. “Zoals een zangeres die haar inkomsten door optredens geheel zag wegvallen. Ze gooide het roer om en startte met een opleiding voor uitvaartondernemer. Om in de tussentijd in haar levensonderhoud te voorzien, wilde zij de mogelijkheden verkennen om haar muziek via streamingdiensten te vermarkten.” Ook het voorbeeld van een eventmanager blijft bij. “Die zat noodgedwongen thuis. In de vrijgekomen tijd wil hij een boek schrijven; ook bedacht hij een spel. Wij konden helpen bij praktische vragen over het uitgeven van het boek en de juridische bescherming van zijn spelidee.”

“AFWACHTEN TOT DE STORM OVERWAAIT, IS GEEN OPTIE MEER.”

STUWMEER AAN PROBLEEMGEVALLEN

URECA behandelde tot nu toe ruim 350 hulpvragen. “De behoefte blijft groot. En naarmate de naamsbekendheid toeneemt, weten meer ondernemers ons te vinden.” Vooralsnog stellen de provincie Utrecht en gemeenten middelen beschikbaar om URECA tot de zomer te continueren. “De ondersteuningsregelingen houden veel bedrijven nu overeind. Hierdoor ontstaat een stuwmeer met potentiële probleemgevallen. Stoppen de regelingen straks dan komt er veel op ons af. Daar moet de regio zich terdege op voorbereiden. Daarom hoop ik dat URECA een verder vervolg krijgt. Het zou zonde zijn om te moeten stoppen met een waardevol initiatief dat zijn waarde bewijst. Ons werk zit er nog lang niet op.”

PAARD VAN TROJE

Jansen op de Haar heeft nog een aanvullende suggestie. “De actuele problemen bij bedrijven komen vaak niet uit de lucht vallen. Natuurlijk, in sectoren als horeca gaat het puur om overmacht. Als corona achter ons ligt,

kunnen veel van deze ondernemers succesvol door.” Maar vaak is meer aan de hand. “Een Trojaans paard is een goede metafoor. Sluimerende ontwikkelingen die onderhuids al impact hadden op een bedrijf of sector, versnellen sterk door de corona-uitbraak. Het legt de kwetsbaarheid van veel verdienmodellen bloot. Denk aan de retail, waar online in één klap dominant is geworden. Die trend was er al jaren en is nu sterk versneld. Dan kan het te laat zijn om de strategie aan te passen.”

TRIPLE HELIX KAN HELPEN

Om dat voor te zijn, is het cruciaal om regelmatig met enige afstand naar je bedrijf en het perspectief ervan te kijken. “Veel ondernemers worstelen daarmee. Ontwikkelingen gaan razendsnel en je hebt vaak de handen vol aan de dagelijkse business. Daarom denk ik dat grote behoefte is aan een organisatie die ondernemers helpt bij het signaleren van langetermijnveranderingen en de impact ervan op hun bedrijf. Met een klankbordfunctie en een analyse van bedreigingen, kansen en toekomstperspectief. En vervolgens ook ondersteuning om veranderingen in gang te zetten. Dit kan heel goed in de vorm van een triple helix-samenwerking waarbij overheden, kennisinstellingen en bedrijfsleven elk hun natuurlijke rol hebben. Met onderzoek door studenten en coaching door ondernemers, maar bijvoorbeeld ook korte lijnen naar de schuldhulpverlening.”

PILOT IN PROVINCIE UTRECHT

Jansen op de Haar is met de provincie Utrecht in gesprek over de opzet van een dergelijk loket. “Het zou geweldig zijn als we in deze regio een eerste pilot van zo'n organisatie kunnen neerzetten. Het zorgt immers voor gezondere, succesvolle bedrijven en versterkt de regionale economische structuur. Want door tijdig bij te sturen en je bedrijf te *tweaken*, blijf je wendbaar. En word je niet verrast door een crisis die ontwikkelingen opeens enorm versnelt, zoals nu het geval is.”



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. Naast de risico's die te weinig bewegen met zich meebrengt zijn er ook positieve effecten als er bewogen wordt. Zwaar intensieve activiteit, zoals hardlopen of voetballen, verbetert de conditie van hart en longen.

RISICO'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 wekelijks sport. Toch blijkt 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 Bewegrichtlijnen (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 kan 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.

ESSENTIELE 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.

29

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/bedrijfsport/

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.



TANKSTATION EN ELECTROLYSER IN LAGE WEIDE

TOEPASSING WATERSTOF KRIJGT VAART

Het EnergieCollectief Utrechtse Bedrijven (ECUB) ondersteunt bedrijventerreinen en ondernemers bij hun verduurzaming. De focus ligt op gebouwen, mobiliteit en een duurzaam energiesysteem. Opmerkelijke ontwikkeling: de plannen voor een waterstof-tankstation in Lage Weide. "Hiermee wordt de patstelling rond waterstof doorbroken."

De wortels van het EnergieCollectief Utrechtse Bedrijven liggen in Lage Weide. Ondernemers werken al jaren gedreven aan de verduurzaming van Utrechts oudste bedrijventerrein. "De lat ligt hoog," zegt Bert Strijker. "Lage Weide wil het meest duurzame terrein van Nederland worden." Daartoe werd een energiecollectief gevormd. "Belangrijke mijlpaal was een convenant met de gemeente Utrecht in 2014 over substantiële terugdringing van de CO2-uitstoot."

GEEN COREBUSINESS

Gaandeweg werd duidelijk dat de inspanningen en ervaringen in Lage Weide ook voor bedrijven op andere regionale terreinen van waarde kunnen zijn. "Vandaar de naam EnergieCollectief Utrechtse Bedrijven, kortweg ECUB," aldus Strijker. Hij is sinds 2016 aan boord als directeur. ECUB is een coöperatie zonder winstoogmerk. "Doel is om zoveel mogelijk bedrijven bij verduurzaming te ondersteunen. Daarbij ligt onze focus op gebouwen, mobiliteit en een duurzaam energiesysteem."

GOED LUISTEREN

Naast Lage Weide zijn ook De Wetering-Haarrijn, Liesbosch, Laagraven en de bedrijventerreinen in Stichtse Vecht aangesloten bij het ECUB. Alle bedrijven op deze terreinen kunnen lid worden. "Bij een intakegesprek is het vooral zaak om goed te luisteren en zo de echte vragen en behoeftes te achterhalen," benadrukt Strijker. "De motivatie om te verduurzamen is zeker aanwezig, maar het is geen corebusiness voor ondernemers. Daarom helpt het als wij ontzorgen en realistische opties in kaart brengen." De activiteiten van het ECUB worden mogelijk gemaakt door contributies, Ondernemersfonds Utrecht, fee van

aanbieders en subsidies van bijvoorbeeld gemeenten en RVO. "Het animo voor het lidmaatschap neemt gestaag toe. Vaak zijn de grotere op een terrein gevestigde bedrijven lid. Door hun omvang is onze impact op de verduurzaming van een gebied verhoudingsgewijs aanzienlijk. Maar ook veel mkb-bedrijven doen een beroep op het ECUB."

ONVERMOEDE STROOMVRETERS

Eerste actie is meestal het in kaart brengen van de energiehuishouding bij een bedrijf. "Door het verbruik een tijdlang te monitoren, krijgt de ondernemer een gedetailleerd inzicht. Dat levert waardevolle informatie op, bijvoorbeeld over onvermoede stroomvreters. Simpele aanpassingen leiden dan al tot een aanzienlijke besparing." Vervolgens komt het ECUB met suggesties voor aanvullende acties. "Voor sommige verduurzamingsmaatregelen geldt een wettelijke verplichting. Ook daarbij helpen wij, maar de nadruk ligt op bovenwettelijke maatregelen. Die zijn niet verplicht maar leveren wel winst op voor milieu en portemonnee." Een veelgenomen maatregel is bijvoorbeeld plaatsing van zonnepanelen. "Per bedrijf is altijd sprake van advies op maat."

EERST ACTIE, DAN BEWUSTWORDING

Het ECUB bracht onlangs een update uit van het handboek 'Aanpak collectieve verduurzaming bedrijventerreinen'. "Daarmee willen we inspireren en praktische handvatten aanreiken," aldus Strijker. "Bij de online overhandiging aan Ed Nijpels heb ik benadrukt dat de inzet van het bedrijfsleven cruciaal is voor de doelstellingen uit het klimaatakkoord." Overheden denken vaak dat duurzaamheid begint met bewustwording. "Onze ervaring



is anders. Ondernemers die starten met verduurzamingsmaatregelen merken daardoor dat ze echt iets kunnen bijdragen, dat hun handelen effect heeft. Dat zorgt voor bewustwording en een mindset waardoor ze er vervolgens vaak nog een schepje bovenop doen en op zoek gaan naar verdere verbeteringen."

CONSISTENT BELEID

Daarbij is volgens Strijker veel te winnen door een zorgvuldige communicatie van de overheid. "Bewoners en ondernemers worden nog onvoldoende meegenomen bij de ambities op het gebied van verduurzaming. Zo wordt veel gesproken over aardgasvrij. Maar informatie over wat dat concreet betekent voor bedrijven, ontbreekt veelal. Ondernemers willen weten waar ze aan toe zijn. Dat vereist eenduidige communicatie en een consistent beleid."

VEEL POTENTIE

Dat ondernemers hun verantwoordelijk-



De werkgroep voor het waterstof-tankstation in Lage Weide met van links naar rechts Ruben Vrijhoef (Hogeschool Utrecht), Bert Strijker (ECUB), Cor bij de Weg (EJP Accountants | adviseurs), Henk Stamhuis (Stamhuis Groep) en Berend Schols (ProfiNRG).

heid serieus nemen, blijkt onder meer bij de realisatie van een waterstof-tankstation in Lage Weide. “Door toenemende vragen uit het ECUB-netwerk kwam het onderwerp steeds hoger op de agenda. Er is een werkgroep ingesteld om de mogelijkheden te onderzoeken. Want al is de exacte bijdrage in de toekomstige energievoorziening nog onduidelijk, het staat vast dat waterstof veel potentie heeft. Je kunt je niet veroorloven om die boot te missen.”

EFRO-SUBSIDIE

Het commitment van het lokale bedrijfsleven kreeg verder vaart door de betrokkenheid van de Hogeschool Utrecht (HU). Hun gezamenlijke initiatief voor een waterstof-tankstation en electrolyser wordt door de gemeente Utrecht ondersteund met een subsidie van € 848.000,- uit het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling (EFRO). “Belangrijk kenmerk van dit tankstation is dat de electrolyser lokaal opgewekte groene stoom gebruikt om

groene waterstof te maken,” verduidelijkt Strijker. “Maximaal duurzaam dus. Verder wordt de electrolyser zo ingericht dat hij ook als buffer kan dienen bij het balanceren van het energienet.” Onderzoekers van de HU buigen zich over de effectiviteit en milieueffecten van het tankstation en de technische, economische en duurzame opschalingsmogelijkheden.

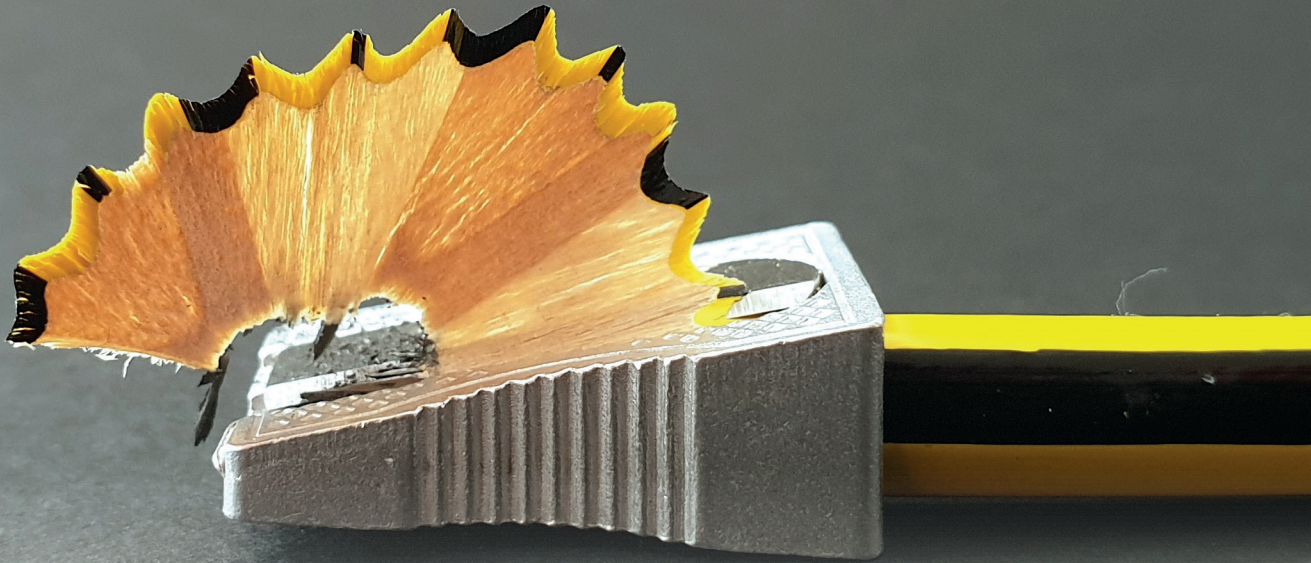
PATSTELLING DOORBREKEN

Met het tankstation in Lage Weide wordt de patstelling bij waterstof doorbroken. “Voordat je een voertuig op waterstof aanschaft, moet je zeker weten dat je ermee kunt tanken. Maar voor een tankstation zonder klanten is er geen businesscase. Deze kip of ei-discussie laten we nu achter ons.” De betrokken ondernemers worden samen eigenaar van de electrolyser en het tankstation. Ook schaffen zij de eerste waterstofvoertuigen aan. “Bij de start zetten we in op een aantal personenauto’s, een bestelbus en wellicht een vrachtauto.

Vervolgens bouwen we het aantal voertuigen verder uit.”

SCHOUDERS ERONDER

In het eerste kwartaal van 2022 moet het waterstof-tankstation in Lage Weide operationeel zijn. Ook op een aantal andere plaatsen in de regio zijn plannen in voorbereiding. “Zo krijgt de toepassing van waterstof echt vaart,” zegt Strijker. “Daartoe hebben wij ook contact met initiatieven elders in het land. Door de aanschaf van voertuigen te bundelen, kunnen we een vuist maken bij leveranciers.” Het waterstof-tankstation in Lage Weide is een goed voorbeeld van de impact als ondernemers ergens de schouders onder zetten. “Daar mogen ze zonder meer trots op zijn. Je merkt ook dat de gezamenlijke inspanningen herkend en gewaardeerd worden door regionale en landelijke overheden. Die investeren gelukkig steeds vaker mee bij collectieve projecten. Zo geven we verduurzaming samen een impuls.”



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 dichterbij 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-

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 elk 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 wanneer 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 onderdeel 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 levert 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 school 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.

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. Die 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



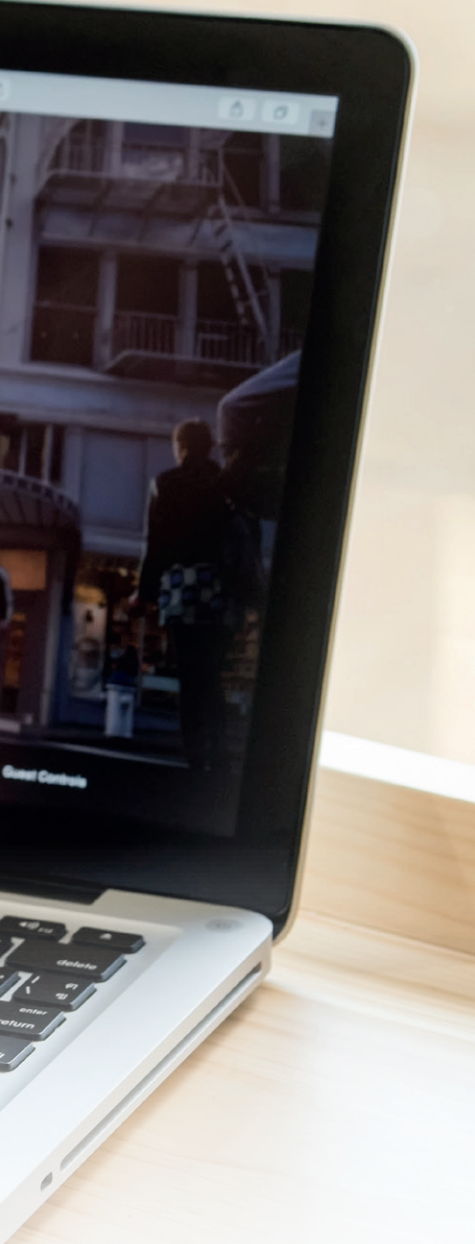
ONLINE NETWERKEN

“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 zo veel 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 aan 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 sportevenementen, 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 wes-

ten 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 etiketteregels 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



**BARTELS
CONSULTANCY**

The wizard of WOZ

BETAALT U TE VEEL OZB VOOR UW VASTGOED? WIJ DOEN ER WAT AAN!

**STUUR VANDAAG NOG UW WOZ-AANSLAGBILJET NAAR
DION@BARTELSCONSULTANCY.NL**

De bezwaartermijn verstrijkt 6 weken na dato. Maar nadien kan ik u ook nog van dienst zijn. Uw reeds lopende bezwaarprocedures en (hogere) beroepsprocedures worden op dezelfde voorwaarden overgenomen.

UW VASTGOED OP WAARDE GESCHAT

Voor veel vastgoedondernemers is het een jaarlijkse ergernis: de OZB-aanslag. Natuurlijk weet u dat de WOZ-waarde van uw panden regelmatig te hoog wordt geschat. Maar een bezwaarprocedure? Zonde van de energie. Toch kan er zo heel wat geld weglekken uit uw onderneming. Een vervelende kostenpost voor u, een mooie melkkoe voor de gemeente.

DAT KAN ANDERS!

Natuurlijk heeft u geen zin in procederen. U steekt uw tijd liever in ondernemen. Maar bij Bartels Consultancy pakken we de uitdaging op. Zonder dat u er omkijken naar heeft, controleren wij uw WOZ en vechten wij een onjuiste OZB-aanslag aan. Het resultaat: winst

voor uw onderneming. En blijkt uw OZB wel correct? Dan geldt uiteraard no cure, no pay. Kortom: niets te verliezen.

TRANSPARANT TARIEF

Bartels Consultancy heeft de afgelopen jaren duizenden bezwaarschriften in- gediend, met succes. We doen dat tegen een transparant tarief. Voor een OZB-procedure rekenen we de wettelijk vastgestelde bijdrage. Daar komt een toeslag bij van 25% van de besparing die u het eerste jaar behaalt. U betaalt pas als de gemeente u het teveel geïnde geld heeft teruggestort.

NIET OMLAAG, MAAR OMHOOG?

Soms is het juist gunstig om de OZB omhoog te procederen. Voor de verkoop, verhuur of herfinanciering van uw panden kan dat waardevol zijn. Ook in die trajecten trekken we met u op. Verder kunnen we u helpen met het herfinancieren van vastgoedportefeuilles. Zodat u uw onroerend goed zo kostenefficiënt mogelijk kunt beheren.



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

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 zit. 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 armleningen? 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 bij je 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."



Willfra specialist in Kunststof Gietvloeren

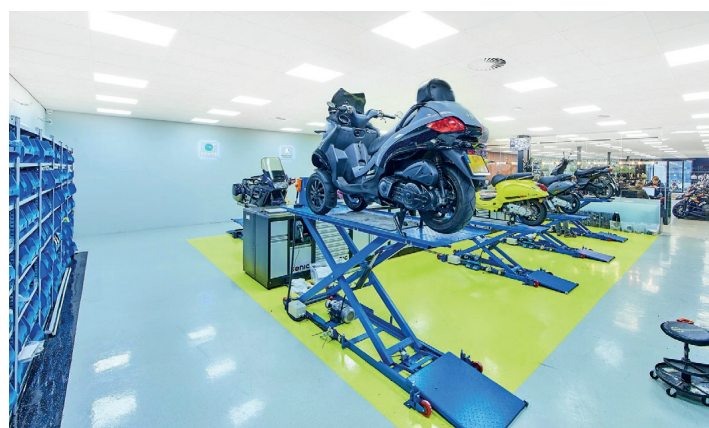
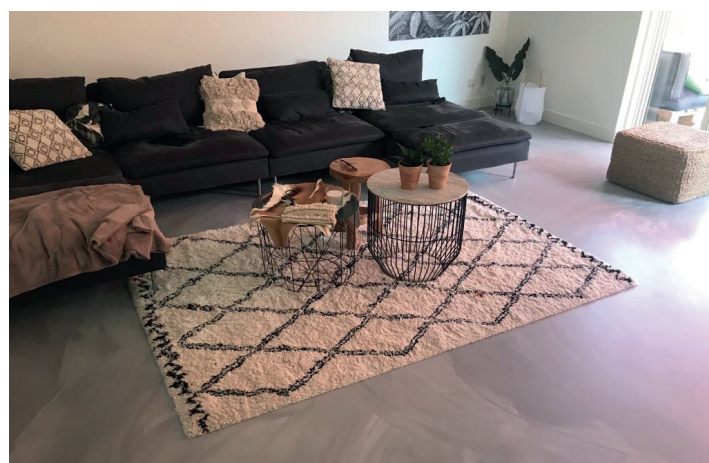
Wij zijn gespecialiseerd in (giet)vloersystemen voor binnen en buiten en bieden niet alleen de perfecte oppervlaktebescherming voor uw vloer maar zorgen ook voor een esthetisch mooie afwerking, een sterke, duurzame en mooie vloer dus. Werkplaats, loods, ziekenhuis, horecavloeren, ESD ruimtes, kelders, trap en galerij maar ook uw keuken of garage thuis, wat voor oppervlakte u ook heeft onze vloeren bieden u langdurige bescherming, hygiëne, gemak en een perfecte bescherming voor ondergrond en ondergelegen constructies.

U zal zeker kosten besparen door uw oppervlakte goed te beschermen!. Wij komen daarom graag bij u langs om de staat van uw vloer of oppervlakte te bekijken en kunnen u dan vrijblijvend een passende en prijs technische offerte aanbieden.

Diensten:

- Pu Gietvloeren
- Epoxy gietvloeren
- Epoxy rolcoatings
- Egaliseren met cement of gips

info@willfra.com - 06 19955331





LIVINGPROJECTS BOUWT AAN ICONISCHE GEVELS VAN HOLLAND CASINO

Je vindt ze niet veel in Nederland: gigantische LED-façades. Je mag dan ook van geluk spreken als je de bouw van zo'n spraakmakende, interactieve gevel op je naam mag zetten. Toch lukte het Livingprojects om niet één, maar zelfs twee van dit soort unieke opdrachten binnen te slepen. Livingprojects bouwt, ook in dit coronatijdperk, aan de zogenoemde 'landmarks', bij Holland Casino in Utrecht en Venlo.

"Via ons partnerschap met Signify, voormalig Philips Lighting, kwamen we aan tafel bij Holland Casino voor de bouw in Venlo", vertelt Michael Sebrechts van Livingprojects. "Van zo'n on-Nederlands project kun je als mkb-ondernemer alleen maar dromen. Ik ben dan ook waanzinnig trots dat we met ons team een bijdrage mogen leveren aan zo'n opdracht van wereldklasse. We zijn al jaren bezig met de voorbereiding van deze projecten. In de zomer van 2020 zijn we gestart met de installatie van de LED-façade in Utrecht, waarna de installatie van de ledverlichting aan de gevel in Venlo later dat jaar volgde."

DAAR HANGT EEN PRIJS AAN

De gevels van Holland Casino Utrecht en Venlo beloven beiden ware blikvangers te worden. Waar de gevel in Utrecht wordt gekenmerkt door gouden, hoekige panelen, trekt de façade in Venlo aandacht met haar ronde, bloemvormige structuur. Het gebouw van Venlo is ontworpen door MVSA Architects in samenwerking met Arcadis en Gensler en werd zelfs genomineerd voor de World Architecture Festival (WAF) prijs in de categorie Leisure Led Development.



INTERACTIEVE LED-FÇAÇADE

"De gevel van Holland Casino Venlo is opgebouwd uit een raster van grote glazen pailletten. Deze pailletten voorzien wij van interactieve ledverlichting. De verlichting zorgt ervoor dat de totale buitengevel op spectaculaire wijze kan transformeren en zichtbaar wordt. De LED-façade is bovendien volledig dynamisch en programmeerbaar en kan worden aangepast in kleur, bijvoorbeeld naar de jaargetijden of bijzondere evenementen in het Holland Casino. Niemand kan er voorbijrijden zonder het gebouw op te merken!", vertelt Michael. En dat is ook precies de bedoeling, want één van de belangrijkste uitgangspunten voor het ontwerp van beide gebouwen was het creëren van een unieke customer journey voor de gasten van de casino's en de identiteit van het merk Holland Casino kracht bij te zetten. Michael: "Zo'n spraakmakende gevel is natuurlijk de uitgelezen tool om je merkidentiteit kracht bij te zetten en je customer journey te ondersteunen."



FAMILIEBEDRIJVEN

STILLE MOTOR VAN 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 blij 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, kansenvoor 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 familiebedrijven 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-familiebedrij-

ven. Voor echte innovatie: 'nu veel geld investeren met een onzekere toekomst 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. Haar focus op continuïteit, duurzaamheid en innovatie verdienen dat.

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





NIET LULLEN, MAAR POETSEN. MAAR SOMS...

Niet lullen, maar poetsen. Dat is de mentaliteit van de meeste ondernemers. En dat is in de meeste gevallen ook waarom je ondernemer bent. Je geniet van 'de handen uit de mouwen steken' en 'ervoor gaan'. Dat is vaak ook een belangrijke reden voor succes. Maar soms is het handig om ook uit een ander vaatje te kunnen tappen. Of zelfs noodzakelijk. Daar gaat dit artikel over.

HARDLOPERS ZIJN DOODLOPERS?

Je kent vast wel het gezegde: 'hardlopers zijn doodlopers'. De vraag is of dat klopt. We gaan ervan uit dat je een bedrijf hebt dat bij je past en dat je je eigen rol zo hebt gekneed dat die helemaal bij jou past. Maar hoe zit dat dan met dat gezegde? We gaan in op een paar aspecten waardoor je jezelf misschien toch even kunt afvragen: "Hoe werkt dat eigenlijk bij mij?"

VEERKRACHT - GRENZELOOSHEID

Als we kijken naar je eigen belastbaarheid, kan veerkracht overgaan in grenzeeloosheid. Bijvoorbeeld wanneer je van alles en nog wat blijft pikken en slikken, omdat jij je altijd wel met behulp en misbruik van je prachtige kwaliteiten weer weet uit te worstelen. Dat zijn kwaliteiten zoals positiviteit, inlevingsvermogen, zachtaardigheid, vergevingsgezindheid, enzovoort. De veerkracht wordt dan niet herkend en erkend, waardoor je zelfs op een gegeven moment kunt gaan aan-



vaarden dat jij als slap weggezet wordt. De veerkracht is dus juist heel erg sterk, maar wordt als zodanig niet herkend.

Als jij die veerkracht hebt, ben jij echter degene die zichzelf moet beschermen tegen beschadiging door anderen, je omgeving of situaties. Het is dus prima als jouw grenzen ver liggen, maar je moet het zelf registreren wanneer een grens bereikt wordt en dit ook duidelijk aangeven. Bijvoorbeeld door de ander met wie je te maken hebt - en die gewend is om misbruik van je te maken - te laten weten: "Hallo, er nadert een grens, dit accepteer of doe ik niet meer." Je gaat dan in je eigen basis staan. Je wordt duidelijk. Deze duidelijkheid kan ook ervaren of geëtiketteerd worden als (te) hard, met als eventuele reactie: "Ik dacht dat jij zo'n veerkracht had, maar nu ben je hard (of onbuigzaam of)", en: "Waar is jouw souplesse?"

Leer daar met behulp van galgenhumor om te lachen en leer voor jezelf de grens te stellen. Doe je dat niet, dan ga je beschadigingen toestaan, uiteindelijk ook in je eigen lijf. Dan ga je namelijk de rommel van een ander opruimen - dus ook dingen van een ander verteren - en mag jij die klus voortaan klaren. Daar komen onder andere veel overbelastingsklachten uit voort, zoals hart- en leverkwalen en darm- en huidproblemen.

DE VALKUIL VAN CONSTANT DOORZETTEN

Zelfs als je in je eigen omgeving als een vis in het water aan het werk bent, kun je tegen dingen aanlopen die 'niet lopen'. Dan is het belangrijk dat je verandert wat je kunt veranderen. En aanvaard de situatie (voorlopig) als je iets niet kunt veranderen. Belangrijk daarin is dat je je gehele proces daarin aanvaardt. Dus ook jouw eigen proces. Wat doet het met je als 'het' niet wil? Mag je even boos, woedend, teleurgesteld, verdrietig zijn?

Laat je dat ook toe? Het is namelijk wel belangrijk dat je ook die kant, die emoties

van jezelf, echt respecteert en even de ruimte geeft. Dat lucht op.

ALLEEN KRACHT IS GEEN KRACHT

Iemand die alleen maar de krachtkant van zichzelf aanvaardt, loopt op één been. Het is beter om te reageren op de omstandigheden. Dat betekent dat je soms, juist als de situatie daarnaar is, je kwetsbare kant aan bod laat komen, ook al voelt dat niet fijn.

Veel ondernemers zijn enorme doorzetters. Dus ja, die zwakke kant van jezelf laten zien kan soms echt knap lastig zijn. Laat je die kant zien, dan ben je wél in balans. Dat betekent dat je op twee benen staat. Dat je dus naast de 'kracht-kant' ook je 'kwetsbare-kant' mag laten zien. Vaak wordt dat als 'zwak' betiteld, maar dat is een enorme misvatting. Je bent pas echt krachtig als je ook kwetsbaar mag zijn.

EVEN FILOSOFEREN

Misschien kun je over de bovengenoemde onderwerpen eens rustig filosoferen met jezelf, je partner, een collega of een vriend. Er iets ingewikkelds van maken is onnodig. Gewoon een jezelf observeren of feedback vragen. Her en der waar nodig de dingen net iets anders doen, kan al genoeg zijn om gewoon te kunnen blijven poetsen. Ook in moeilijke omstandigheden.

OVER DE AUTEURS

Anja Jongkind (1953) en Greet Vonk (1964) werken sinds 2013 samen binnen Et Emergo. Ze hebben PTG-Coaching ontwikkeld en zij schreven de boeken 'PostTraumatische Groei - Sterker door ellende' en 'Gelukkig door ontdekken - Sterker door ellende'. Ze geven ook workshops, lezingen, inspiratiesessies, trainingen en opleidingen op het gebied van PostTraumatische Groei.

Anja werkt in haar praktijk als therapeut en als coach al meer dan 40 jaar vanuit deze uitgangspunten.

Greet deed een wetenschappelijk onderzoek betreffende PostTraumatische Groei. Haar onderzoek is recentelijk gepubliceerd in het wetenschappelijke tijdschrift International Journal of Workplace Health Management.



CMC BEDRIJFSMAKELAARS

ZET EERSTE STAPPEN BINNEN HET UTRECHTSE BEDRIJFSMATIG ONROEREND GOED

CMC Bedrijfsmakelaars staat bekend als een allround organisatie als het gaat om bedrijfsmatig vastgoed. In Veenendaal en Ede groeide CMC in de afgelopen tien jaar uit tot marktleider en het werkgebied is nu vergroot naar de regio Utrecht. Daarnaast is er een extra label toegevoegd. CMC Taxaties, om te kunnen voldoen aan de grote vraag naar zakelijke taxaties in de regio Midden-Nederland.

Bij CMC Bedrijfsmakelaars is er door de jaren heen een schat aan ervaring opgebouwd op het gebied van bedrijfsmatig vastgoed. Dat de medewerkers zelf uit regio's komen waar zij ook actief zijn, vergroot hun betrokkenheid en kennis. Inzet, betrokkenheid en integriteit, daar zet CMC op in bij klanten. Op een creatieve en actieve manier benaderen zij de regionale vastgoedmarkt!

Dat gebeurt nu ook in de Domstad, Utrecht. Met bedrijfsmakelaar én taxateur Vincent Bosman erbij heeft CMC iemand in huis gehaald die al jarenlang in de regio Utrecht actief is! "CMC wilde uitbreiden, om zo ook andere regio's kennis te laten maken met onze werkwijze! Daarnaast

wil je als bedrijf blijven groeien. Ik ben zelf al twintig jaar werkzaam in de bedrijfsmakelaardij in de regio Utrecht en daardoor goed bekend in de regio. Dat maakt de uitbreiding naar de stad Utrecht een logische stap. Ik kijk ernaar uit om met CMC steeds actiever te worden in de regio Utrecht en een gezond marktaandeel op te bouwen, naast die in Veenendaal en Ede", aldus Bosman.

CMC keek vanwege de gewenste groei van het bedrijf naar de omliggende regio's rond de Vallei. "Utrecht is een heel andere markt dan die van de regio Foodvalley (Midden-Nederland). In een grote stad kom je een ander vestigingsklimaat tegen. De landelijke kantoren zitten voornamelijk

in grote steden. Aan de andere kant zie je veel bedrijven zich vestigen in de regio Veenendaal en Ede. Tussen Utrecht en Arnhem zijn dit een van de weinige middelgrote steden

CORONATIJD

Terwijl uit onderzoeken blijkt dat steeds meer mensen vanuit de Randstad richting het oosten verhuizen, gaat die verschuiving voor het bedrijfsvastgoed niet direct op, merkt Bosman. "Bedrijven verplaatsen zich niet zo snel. De afstanden binnen Nederland worden wel kleiner. Het hangt er ook vanaf met wie je zaken doet waar je je vestigt. Bedrijven, waarvan een aantal met internationaal karakter, die zich in de grote steden vestigen kijken ook voor een deel naar status."

CMC doet veel zaken met het MKB en MKB+. "In dat segment zien we iets minder beweging in coronatijd, maar wel meer dan bij grote bedrijven. Zij zitten meer op hun handen en wachten af wat er gebeurt. Er zijn nog wel transacties, ook in MKB. We merken nog niet dat bedrijven hun bedrijfsruimte willen downgraden. Er zijn weliswaar rapporten dat we in de toekomst minder op kantoor zitten en dus ook kleinere kantoorruimtes nodig hebben. Maar aan de andere kant zullen veel bedrijven ook de ruimte nodig hebben om op anderhalve meter te kunnen werken. Kijk ook naar de gangzones of wanneer je op twaalf hoog zit. Dan heb je met een lift te maken. Ik heb al wel gehoord dat wordt onderzocht of er liften kunnen worden geïnstalleerd die werken als een luchtdrukcabine, waardoor de virusdeeltjes uit de lucht worden gehaald. Er zijn veel ontwikkelingen gaande om



bedrijfsruimtes coronaproof te maken. Andere kant ben ik benieuwd hoe snel mensen naar het oude gaan als we gevaccineerd zijn. Het is interessant om te zien hoe we bedrijfsruimtes kunnen benutten met het oog op de coronatijd. Vroeger keek je naar hoe efficiënt werkruimtes benut kon worden met zoveel mogelijk personeel."

TOEKOMST

De ontwikkelingen op het gebied van duurzaamheid en circulariteit houden CMC ook bezig, verklaart Bosman. "Vanaf 2023 moeten kantoorruimtes voldoen aan energielabel C om als kantoorruimte gebruikt te mogen worden.

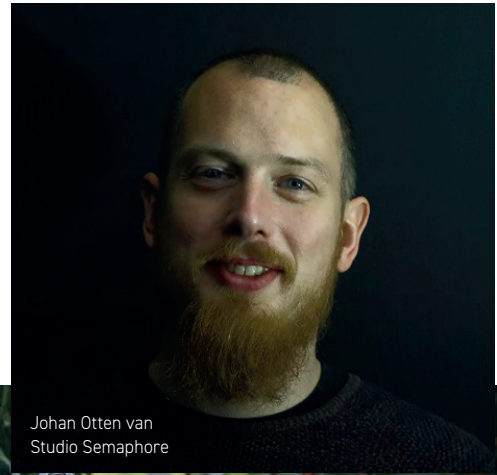
Hoe dichterbij die datum komt hoe urgenter het wordt voor de bedrijven om zaken op orde te hebben. Er zijn veel bedrijfsgebouwen die een inhaalslag moeten maken. We merken al wel dat steeds meer ondernemers toewerken naar een duurzame toekomst. En er is zeker aandacht voor circulariteit. In coronatijd merk je wel dat de bereidwilligheid om in duurzaamheid te investeren iets minder wordt. Ondernemers zitten in dubio: ga ik op dit moment investeren in energielabel A+ of ga ik met de onzekerheden van nu voor een iets goedkoper bedrijfspand dat ook nog milieuvriendelijk is?"

CMC TAXATIES

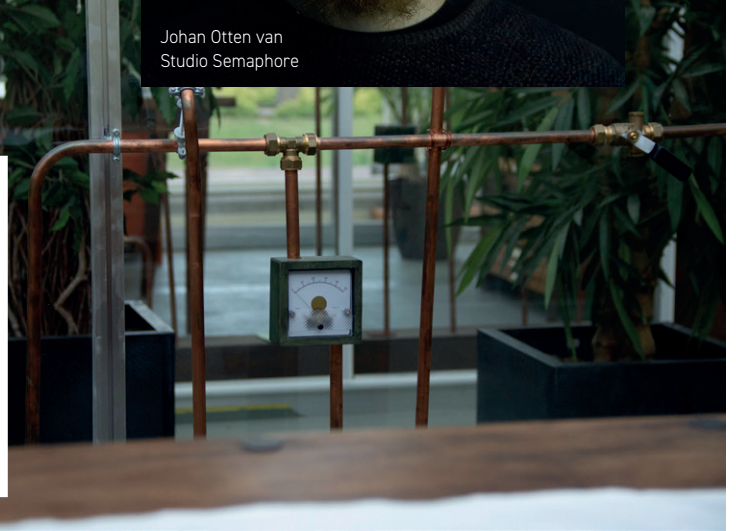
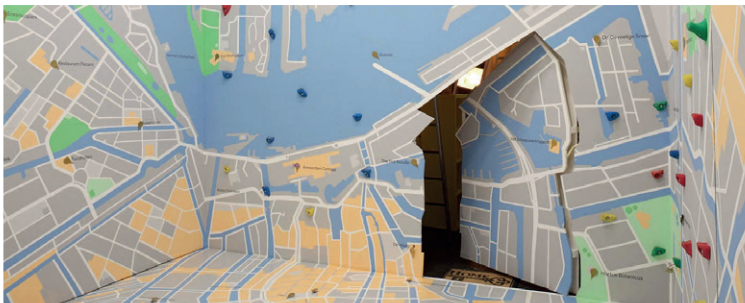
Met de komst van Vincent Bosman heeft CMC naast iemand met een vertrouwd gezicht in de regio Utrecht ook een eigen taxateur in de lederen. "Zeker in de regio Veenendaal en Ede bleek dat er meer vraag kwam naar taxaties. In de korte tijd dat ik bij CMC werkzaam ben, komen er veel nieuwe aanvragen binnen en zijn wij toegevoegd op de taxateurslijst van diverse banken. We hebben het team inmiddels zelfs al uitgebreid met een kandidaat-taxateur! We zijn echt een in gat gesprongen in de regio Ede en Veenendaal. De meeste taxaties worden aangevraagd voor (her-)financiering maar taxaties kunnen ook nodig zijn voor fiscale doeleinden, een jaarrekening of voor een aan- of verkoopbeslissing. Zeker in deze tijd is het goed om te weten wat de waarde is van je bedrijfspand."

Heeft u interesse in de diensten CMC Bedrijfsmakelaars? Surf naar www.cmcbedrijfsmakelaars.nl!





Johan Otten van
Studio Semaphore



ZO WIL STUDIO SEMAPHORE MET EEN VLEUGJE MAGIE HET BEDRIJFSLEVEN EN JONGEREN INSPIREREN

Zes jaar geleden startte Johan Otten met Studio Semaphore met de bouw van escaperooms, maar de focus ligt inmiddels veel meer op fysieke trainings- en promotiegames. Studio Semaphore biedt op creatieve wijze een leerzame omgeving voor bedrijfstrainingen. Otten wil zich nu ook inzetten voor de toekomst van de technieksector. Met innoverende games hoopt hij de jeugd te motiveren.

Studio Semaphore uit Veenendaal ontwerpt en realiseert fysieke interactieve games voor promotie en trainingsdoeleinden zoals brandactiverende escaperooms. In co-creatie met klanten en partners wil Otten met zijn groeiende bedrijf een beleving neerzetten die bij blijft. Samenwerken, informatie bijbrengen, fysieke handelingen ontwikkelen en de doelgroep enthousiasmeren zijn de pijlers onder het concept.

Otten werkt op dit moment aan een interactieve game voor de marine. “Dat doen we als onderdeel van het trainingsprogramma voor de matrozen die naar een leidinggevende functie gaan. Ze worden dan in een groep van twaalf in een ruimte gezet. Het is

niet zo dat ze dan binnen een bepaalde tijd moeten ontsnappen, zoals in een escape room, maar het is vooral de bedoeling dat ze opgaan in het verhaal dat wij uitzetten. We kijken samen met trainers naar wat vanuit de marine wordt gevraagd van de deelnemers en wat voor informatie ze willen overbrengen. Aan de hand daarvan creëren wij situaties waarin motivatie en spanning wordt toegevoegd. In die setting slaan met name de praktisch ingestelde mensen veel meer informatie op dan bij een klassieke lezing in een conferentieruimte of een klaslokaal.”

Dat projecten van Studio Semaphore motiverend werken, zagen ook teammanagers van een groep

gevangenisbewaarders. “Voor hun training bedachten we een verhaal waarbij een gevangene een plan maakte om te ontsnappen. Daar kwamen de bewaarders tijdens de training geleidelijk achter. Toen in het laatste hoofdstuk de gevangene dreigde te ontsnappen zagen we bewaarders rennen om informatie te achterhalen. Hun teammanager zei al grappend: ‘ik heb ze dat in vijftien jaar niet meer zien doen!’ Je merkt dat de mensen echt kunnen opgaan in een verhaal. En op die manier ben je heel ontvankelijk voor de theoretische informatie. Ze kunnen het dan direct associëren met de praktijk”, aldus Otten.

CO-CREATIE

Studio Semaphore, een naam die verwijst naar de semafoor (het eerste bruikbare middel voor optische telecommunicatie) en stripfiguur Semafoor in de tekenfilm Dommel, kan een project van ontwerp tot uitvoering verzorgen. Daarbij staat co-creatie hoog in het vaandel. “Ons doel is altijd om te kijken: waar is behoefte aan en wat welke informatie wil een bedrijf overbrengen? De games die we ontwikkelen moeten exact aansluiten bij wat de klant voor ogen heeft en ook de bedrijfscultuur. Games moeten inhoudelijk kloppen. Anders wordt het niet serieus genomen. Door gerichte vragen te stellen aan klanten komen we tot een gezamenlijk plan. Als dat rond is, leveren wij de game kant en klaar af, met garantie en onderhoud.”

“Drie jaar geleden hebben we in Amsterdam een grote experience gebouwd voor Google. Dat was niet voor de werknemers, maar voor publiek. We bouwden een soort Sjakie in de Chocoladefabriek om te laten zien hoe Google werkt. Dat ging vooral



over data en wat Google doet met die data. Uit onderzoek bleek dat mensen in Nederland en Duitsland wereldwijd het minst vertrouwen hebben in hoe Google te werk gaat. Google kwam toen bij ons: ‘we hebben een imago-probleem en willen jullie meedenken hoe we hieraan kunnen werken?’ We lieten mensen bij de experience zien en ervaren hoe Google werkt”, aldus Otten.

TECHNIEKSECTOR

Studio Semaphore wil zich in de nabije toekomst ook meer profileren richting MKB. “We denken dan ook aan samenwerking met trainingsbureaus. We gaan dan niet op hun stoel zitten, maar we willen vooral meedenken in de uitvoering van een training. Wij zijn vooral makers. We hebben sinds kort ook een samenwerking met een consultant in horeca en leisure. Hij draagt ons voor bij bedrijven die

bijvoorbeeld met vraagstukken zitten over hoe ze hun personeel kunnen inspireren. Behalve onze expertise hebben we een breed netwerk met specialisten die Virtual Reality-experiences opzetten.”

Voor de toekomst van de technieksector hoopt Studio Semaphore een rol te kunnen spelen. “We zijn met een groep van zo’n tweehonderd bedrijven uit de regio Woerden samengekomen om te kijken hoe we jongeren kunnen bereiken om in de technieksector te gaan werken. Die kant willen we ook graag opgaan in de regio’s Utrecht en Vallei. Wij werken nu aan een loopbaanoriëntatiegame. Die gaat over de stad van de toekomst en daarin is reflectie een belangrijk element voor de deelnemer. Als je nu aan jongeren vraagt: ‘wil je monteur worden?’ Dan zullen ze zeggen: ‘weet ik niet of dat lijkt me niets’. Maar als je hen in een game kunt laten zien dat een monteur over vijf jaar met een drone service-onderdelen van bedrijf naar bedrijf brengt, dan pak dan heb je een grotere kans om jeugd te triggeren.”

“Ik merk zelf ook dat het onderwijs moeite heeft om up-to-date te blijven in lesaanbod als het gaat om ontwikkelingen in de technieksector. Ik geef part time les bij de studie Games Design in Utrecht. Over vier jaar zijn die jongeren afgestudeerd, maar niemand weet over vier jaar hot and happening is. Ontwikkelingen volgen elkaar snel op. Het is daarom ook goed om buiten het reguliere onderwijs educatievormen aan te bieden. Met mooie, creatieve projecten en nieuwe technieken willen wij een vleugje magie creëren. Interactieve games kunnen een bijdrage leveren om jongeren te inspireren.”

Geïnteresseerd in een samenwerking met Studio Semaphore?
Bezoek www.studiosemaphore.nl





NIEUW BEDRIJFSVERZAMELGEBOUW BIEDT UNIEKE KANS OM GROEN, GEZOND EN GEÏNSPIREERD TE ONDERNEMEN

WORLD FOOD CENTER: HET THUIS VOOR FOOD INNOVATIE

Agro en food ondernemers weten sinds enkele jaren het World Food Center (WFC) in Ede te vinden. Pal tegen de Veluwe en naast Station Ede-Wageningen, waaert het groen weelderig uit. Op de 28 hectare die het voormalige kazerneterrein Maurits zuid telt, hebben zich al bijna 50 innovatieve ondernemers gevestigd. En er is ruimte voor meer food bedrijven. Binnenkort verrijst een nieuw bedrijfsverzamelgebouw dat een duurzame, groene, gezonde en inspirerende werkomgeving belooft te bieden voor ondernemers en organisaties die willen ontwikkelen en ontmoeten.

Accountmanager Sander van de Pol is namens de gemeente Ede bezig contacten te leggen met geïnteresseerde partijen voor gebouw 4 op veld C van het kazernepaleau. Hij doet dit samen met Louis de Boer van ontwikkelaar BPD. En dat lukt goed. Namen kan hij in de huidige fase van contractonderhandelingen nog niet noemen, maar er is vanuit verschillende hoeken de nodige belangstelling. Naast bedrijven die actief zijn in de agro en food sector, zijn er ook branche- en belangorganisaties die oren hebben naar de koop of huur van vierkante meters op Veld C en gebouw 4. Verbazen doet dat Van de Pol niet. “De Regio Foodvalley heeft een enorme aantrekkingskracht op foodbedrijven.

Internationaal staat deze regio hoog aangeschreven waar het gaat om kennis en innovatie in agro en food. De ontwikkeling van het World Food Center past daar uitstekend in.”

ROOTS INNOVATION HUB HUISVEST AL 27 START-UPS

Datzelfde vertrouwen heeft hij ook in de propositie die met gebouw 4 aan de markt wordt voorgelegd. Zo is er de ligging direct achter de prachtige rijksmonumentale Frisokazerne en tussen het groen van de Veluwe. Daarbij komt nog de uitstekende bereikbaarheid door het naastgelegen intercity station Ede/Wageningen alsook de nabijheid van de A12 en de A30, en bovendien de

interessante verscheidenheid van gevestigde én startende ondernemers op het WFC-terrein. In de twee gebouwen van ROOTS Innovation Hub zijn bijvoorbeeld al 27 ondernemers gehuisvest. Hun corebusiness varieert van insecten tot vleesvervangers. Die brede en diepe bundeling van kennis maakt het WFC tot een aantrekkelijke vestigingsplaats met internationale uitstraling en impact. “En”, vult Van de Pol aan, “vergeet ook niet dat dit een regio vol jongeren is. Waaronder veel studenten die zich, onder meer aan de WUR en Aeres, in agro en food richtingen laten scholen. Dat maakt ze voor de partijen op dit terrein natuurlijk heel interessant. Er zijn dan ook plannen om, als onderdeel van de 600 te bouwen woningen, studentenhuisvesting te realiseren.”

“EEN KANTOOR IS VEEL MEER DAN EEN PLEK OM ALLEEN JE LAPTOP OPEN TE KLAPPEN”

WFC is niet alleen een plek waar je collega-bedrijven, brancheorganisaties en kennisinstellingen ontmoet, maar ook de 330.000 consumenten die jaarlijks vanaf 2023 de WFC-Experience zullen bezoeken. Dat wordt een toeristische topattractie waar mensen op een belevenisvolle manier alles te weten komen over ons dagelijks eten.

Dat de kantoorfunctie verandert, en dat die verandering zich onder druk van de corona pandemie versneld voltrekt, is duidelijk. Niet langer is kantoor een plek om alleen je laptop open te klappen, steeds meer staat die plek ook in het teken van plezierig werken en inspirerende ontmoetingen. Dat kan op het WFC überhaupt al volop, maar zeker geldt dat in het multi tenant gebouw 4 dat een totaaloppervlak van bijna



vierduizend vierkante meter krijgt en naar verwachting in mei 2022 opgeleverd wordt. Bij het ontwerp is met die ontmoetingsfunctie nadrukkelijk rekening gehouden, vertelt Marijn Mees, oprichter van MEESVISSER architecten. “We hebben een soort L-vormig gebouw ontworpen rondom een driehoekig atrium. Dat is eigenlijk de transparante taartpunt middenin het gebouw waar ondernemers elkaar kunnen zien en ontmoeten en waar ze gezamenlijke bijeenkomsten en activiteiten kunnen plannen. Ons ontwerp is zo uitgewerkt dat het nog ruimte laat om tegemoet te komen aan de wensen van ondernemers die zich hier willen vestigen. Daarnaast kan men elkaar ook ongedwongen ontmoeten bovenop het gebouw, waar een fraaie daktuin



hier de potentie ligt om het meer te laten zijn dan dat.” De naturomgeving waarmee het gebouw prachtig harmonieert onderstreept die mogelijkheid. Hout heeft bovendien nog andere belangrijke voordelen ten opzichte van betonbouw. “Bij betonproductie komt veel CO2 vrij, terwijl hout juist CO2 opneemt. Daarbij groeit hout vanzelf. Alleen al in de Nederlandse bossen groeien dagelijks zo’n zestig nieuwe woningen aan hout. Daarbij verloopt het bouwproces veel sneller, omdat hout lichter is. Dat bespaart veel vrachtwagenbewegingen, overlast en stikstofuitstoot.”

Daarmee zijn nog niet eens alle vliegen genoemd die je in die ene klap slaat, want ook het binnenklimaat knapt er aanzienlijk van op, vervolgt Mees. “De vochtthuishouding in een houten kantoor is anders, de akoestiek is anders, er zijn geen schadelijke emissies van allerlei oplosmiddelen die doorgaans in kunstmatige bouwmaterialen zitten. Daardoor voelt het prettiger wat uiteindelijk ook de ar-

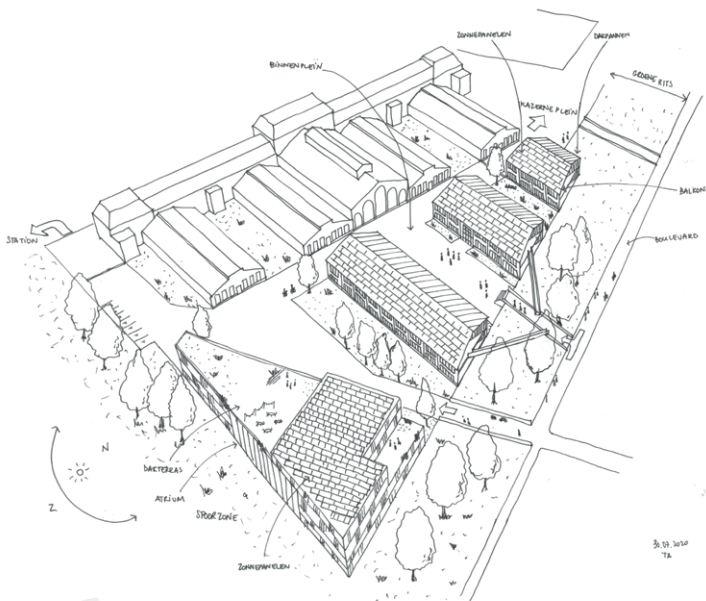
“ALLEEN AL IN DE NEDERLANDSE BOSSEN GROEIEN DAGELIJKS ZO’N ZESTIG NIEUWE WONINGEN”

beidsproductiviteit verhoogt.” Omdat natuur centraal staat, is er ook nog wat monumentaal hout verplaatst, vertelt Van de Pol. Drie sequoia’s tot wel 14 meter hoog, zijn verplaatst om ze zo te behouden en tegelijkertijd bouw mogelijk te maken. Er gingen jaren van voorbereiding aan vooraf voordat de bomen met kranen en zwaar materieel een nieuwe plek op het WFC-terrein kregen. Bomen met geschiedenis. “Het illustreert hoe we met natuur willen omgaan. Dat hoort bij deze unieke regio en onze situering daarin.”

Mees spreekt tot slot zijn enthousiasme uit over het ontwerpproject dat zich over meerdere gebouwen op veld C uitstrekt. “Vaak zie je dat bij nieuwe ontwikkelingen heel erg gezocht moet worden naar ideeën en identiteit. Hier ligt die identiteit er al in de vorm van een boeiende combinatie tussen groen, fantastische hoge bomen en traditionele kazernebouw.” Het ontwerp van MEESVISSER architecten wilde daar organisch bij aansluiten. “Als knipoog hebben we het profiel van de Frisokazerne gerefleeteerd in de kopgevels van de kleinere gebouwen die naar de kazerne toe staan. Onze ontwerpen bevatten dus subtiele verwijzingen naar de oude architectuur maar in een modern jasje.”

Er ligt met andere woorden een unieke kans in het vershiet voor bedrijven om groen, gezond en geïnspireerd te gaan ondernemen. Vanaf april gaat gebouw 4 in de verkoop en verhuur.

www.worldfoodcenter.net



zal komen.” Verder gaat een showkeuken heel interessante mogelijkheden bieden, vertelt Van de Pol. “De industriële professionele keuken kan bedrijven helpen bij het doorvoeren van productinnovatie of om bijvoorbeeld personeel te trainen. Ook kunnen er eventueel lunches geserveerd worden. We brainstormen daar graag over verder met kopers en huurders van ruimte in het pand.”

WELZIJN EN ARBEIDSPRODUCTIVITEIT IN DE LIJF

Naast ontmoeting stond ook welzijn centraal in het ontwerp. Zo wordt gebouw 4 een houten gebouw en een pilot voor het eventueel grootschaliger uitrollen daarvan op de overige bouwvelden. Mees: “Dat maakt dit project uniek, want hoewel houtbouw iets meer ingeburgerd raakt, zijn houtbouwprojecten vooral nog incidenten. Ik denk dat



LAURA BOON: DE KRACHT VAN VERBINDING

Ondernemers die zich op het World Food Center vestigen, worden automatisch lid van het WFC Network. Zo halen ze nóg meer uit hun toch al inspirerende werkomgeving.

Laura Boon heet elke nieuwe vestiger van harte welkom. Als community manager is zij helemaal gericht op het verbinden van ondernemers. "Mijn taak is om ervoor te zorgen dat mensen bij elkaar komen. Dat kan zijn in de brede zin van dat woord door middel van bijeenkomsten. Maar daarnaast koppel ik met alle plezier twee ondernemers als die kennis willen maken of wanneer ik denk dat ze elkaar kunnen versterken."

De proactieve rol van Boon in het leggen van de verbinding is cruciaal, zo weet ze uit ervaring. "Er zitten al bijna 50 ondernemers op het WFC, waaronder een bedrijfsverzamelgebouw met 27 startende foodbedrijfjes. Dat is hartstikke mooi, want de potentie voor onderlinge inspiratie ligt er dus al. Alleen weet circa de helft van alle gevestigde ondernemers nog niet wie er verder nog op dit terrein zitten. Ik help hen graag om dat in beeld te krijgen."

Boon organiseert, gedwongen door corona, nu een maandelijkse online bijeenkomst, maar ze popelt om in de toekomst ook fysieke bijeenkomsten te organiseren als onderdeel van het WFC Network programma. "Ik wil daarmee overigens niet alleen de onderlinge dynamiek op dit terrein stimuleren door ondernemers op elkaars pad te zetten. Ook wil ik eens per jaar met de WFC Network leden op bezoek bij food ondernemers in andere regio's van het land om te kijken hoe ze het daar doen."

Ze ziet in de praktijk dat kennismaken vaak al snel wordt gevolgd door kennisdelen en samenwerken, en dat is ook precies haar doelstelling. "WFC Network wil ondernemers door verbinding helpen effectiever te werken aan een duurzamer en gezonder voedselsysteem. Daar is ook behoefte aan. Niet alleen omdat ondernemers veel plezier beleven aan samenwerken, maar ook omdat duurzaamheid en winst elkaar helemaal niet uitsluiten. Ze versterken elkaar tegenwoordig zelfs. Ik verheug me dan ook op het contact met alle ondernemers en ik denk dat zij op hun beurt veel plezier zullen beleven aan het WFC Network."



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 deelnemers te maken hebben en waarom jouw product of dienst de oplossing biedt.

WELKE FORM

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 bij-

voorbeeld 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 ook 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 tegen opkijkt, 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 micro-influencer actief is met volgers die tot jouw potentiële doelgroep behoren.

PROBEREN

Ten slotte is het inzetten van social media voor je event, 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.

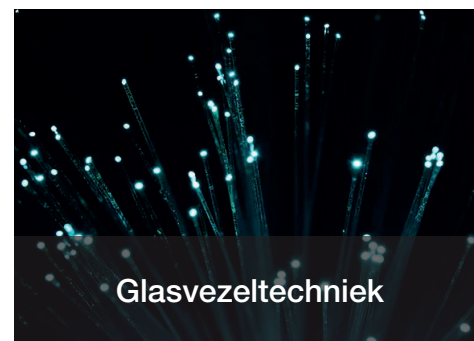
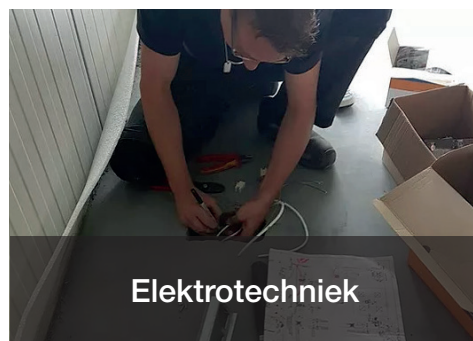
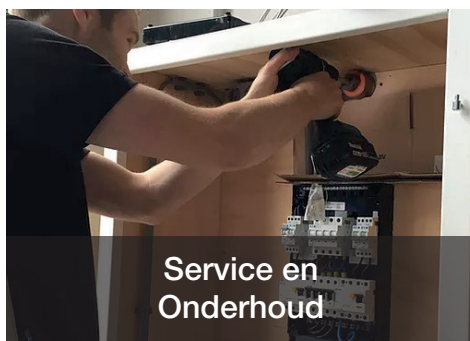
Elektro 16



Frise ideeën van ervaren mensen.

Het hart van onze groeiende organisatie bestaat uit mensen, die samen goed zijn voor ruim 85 jaar kennis en netwerk. Wij zijn niet plaatsgebonden, dus uw signaal wordt overal ontvangen. Onze lichten schijnen continue op uw wensen.

**ALTIJD BEREIKBAAR, ZONDER STORING, GEEN RUIS.
WIJ HOUDEN VAN KORT EN KRACHTIG.U TOCH OOK?**



Haarbos 7f - 3953 HA, Maarsbergen - info@elektro16.nl - Tel: + 31 (0)33 2774754

WWW.ELEKTRO16.NL

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

ELFVOETBAL



TRAKTEER UW RELATIES EN KLANTEN OP EEN ELF VOETBAL **EK SPECIAL**

De **ELF Voetbal EK Special** van ruim 100 pagina's is een ideale give-away binnen een promotionele of relationele actie.

Ook u kunt de Elf Voetbal EK Special cadeau doen aan uw klanten en relaties: 100 exemplaren, 1000 exemplaren? Kijk op www.utrechtbusiness.nl voor de verschillende promotiepakketten en zorg dat u deze editie in huis heeft.

Bij een grotere oplage (5000+) is een branded cover en/of eigen inhoud mogelijk in combinatie met een digitale campagne!

- Voor- en achterzijde in uw huisstijl.
- Ruimte voor uw eigen input, verhalen en reclame uitingen.
- Wij publiceren uw actie tevens in Utrecht Business
- Banners op www.elfvoetbal.nl en op www.utrechtbusiness.nl en via onze digitale nieuwsbrieven.
- Combineren met bijvoorbeeld een EK koffie mok of een ander relatiegeschenk is mogelijk.

Neem contact op voor de verdere mogelijkheden en stel samen met ons **de ideale EK Actie** samen

Email: ruben@vanmunstermedia.nl of bel Ruben Jansen 06 46111856

WWW.ELFVOETBAL.NL - WWW.UTRECHTBUSINESS.NL