

VALLEI

Jaargang 36 | nummer 2 | juli-augustus 2021

BUSINESS

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE VOOR DE FOODVALLEY REGIO

BOOT INGENIEURSBURO

**INGENIEURS MET
EEN VERHAAL**

FUTURE OF MOBILITY

**LAAT EEN DUURZAME
VOETAFDRIJK ACHTER**

FIRESTOP

BRAND IN DE KIEM SMOREN



ONDERNEEM IN NIJKERK

ONDERDEEL VAN DE REGIO FOODVALLEY

- Centraal gelegen
- Direct aan de A28, bij de A1 en aan het spoor Amsterdam – Groningen
- Ruime vestigingsmogelijkheden door maatwerkoplossingen vanuit de gemeente

Nijkerk heeft voor ieder bedrijf een passende locatie en is onderdeel van de Regio Foodvalley. Deze staat internationaal bekend om de unieke combinatie van agro, food en logistiek enerzijds. En kennis, research en innovatie anderzijds.

Bedrijfskavel
**Nijkerk
A28**

Ondernemen
doe je in Nijkerk

ARKERPOORT

SPOORKAMP

DE FLIER

WESTKADIJK

Regio
Foodvalley®

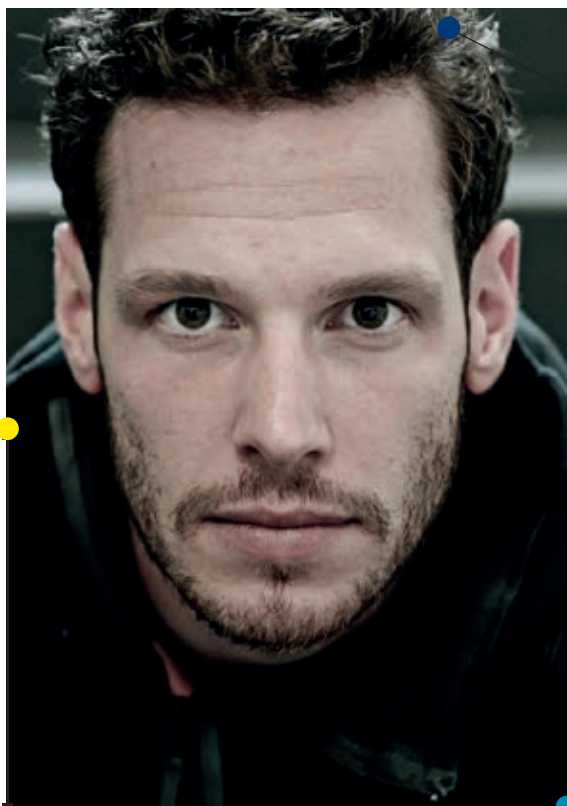
Bekijk de mogelijkheden?
nijkerkA28.nl

Of neem contact op met:

Thea Kraaij - Adviseur Bedrijven

t.kraaij@nijkerk.eu 06-50 26 05 63

gemeente
Nijkerk



CORONA-JOJO

Terwijl in juni veel lichten op groen gingen in veel branches, kregen we in juli te maken met hoog oplopende besmettingscijfers. Nog hoger dan tijdens de vorige piek eind 2020. Het moge duidelijk zijn dat we nog lang niet van corona en de maatregelen af zijn, ook al ging het enige tijd de goede kant op. Voor veel ondernemers zijn de oplopende cijfers dan ook weer een nieuwe dreun, zoals in de horeca.

Normaal gesproken maken we ons massaal op voor een zomerse uittocht naar landen als Frankrijk, Italië, Duitsland en Spanje, maar het lijkt er steeds meer op dat we zijn aangewezen op vakantie in eigen land. Zo blijft corona als een jojo door onze levens op en neer draaien, met de bijbehorende maatregelen.

De vraag is hoe je als ondernemer omgaat met het jojo-effect, ook wanneer je naar de lange termijn van jouw onderneming kijkt. Een crisis biedt ook altijd kansen, mogelijkheden. Maar je moet wel in staat zijn die te kunnen zien en te grijpen, ook al staat het water misschien tot aan de lippen (midden juli zelfs bijna letterlijk in Limburg...).

Juist nu is het goed om na te denken over hoe je je toekomstbestendig kunt maken als ondernemer. Denk daarbij aan duurzaam ondernemen en circulariteit. In deze editie van Vallei Business gaan we daar ook weer wat dieper op in. Zo werpen we een blik op de bijzondere samenwerking tussen de Gemeente Wageningen, Wageningen University & Research en Mobility Mixx, die stevig inzetten op deelmobiliteit in de regio Foodvalley.

We gingen ook op bezoek bij ingenieursbureau BOOT in Veenendaal. Zij maken zich ook sterk voor circulariteit en duurzaamheid en dat is te zien in hun bedrijfspan. Ook vanuit de Regio Foodvalley worden ondernemers gestimuleerd om vooral naar de duurzame lange termijn te kijken, juist in deze bijzondere tijd. Om de duurzame en circulaire projecten uiteindelijk positieve resultaten op te laten leveren moeten we de handen ineen slaan. Zoals we dat ook figuurlijk moeten doen om de corona-jojo minder hard op en neer te laten gaan.

Guus Hetterscheid
Hoofdredacteur Vallei Business
guus@vanmunstermedia.nl



8



14



Zakenmagazine voor de FoodValley regio

JAARGANG 36
Juli 2021 editie 2

REDACTIE ADRES
MVM Productions BV, Postbus 6684,
6503 GD Nijmegen
Kerkenbos 12-26C, 6546 BE Nijmegen
Tel. (024) 373 8505, Fax (024) 373 0933
info@vanmunstermedia.nl

UITGEVER
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE (REDACTIONEEL)
Guus Hetterscheid

REDACTIE BIJDRAGEN
Hans Hajee, Aart van der Haagen

FOTOGRAFIE
Marcel Krijgsman, Joost Franken

VORMGEVING / OPMAAK
Jan-Willem Bouwman

DRUK
Bal Media

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
VM Sales en Support B.V.
Joep van der Linden t: 024-6423449
Kerkenbos 12-24A, 6546 BE Nijmegen
Tel. (024) 373 8505, Fax (024) 373 0933
info@vanmunstermedia.nl

ABONNEMENTEN
Abonnementen kunnen op elk gewenst tijdstip ingaan met en looptijd tot 31 december en worden automatisch verlengd tenzij de abonnee uiterlijk voor 31 oktober schriftelijk opzegt.
Abonnementsprijs per jaar 39 euro

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

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

© 2021 Overname van artikelen is slechts mogelijk na verkregen schriftelijke toestemming van de uitgever

Abonnees ontvangen 6 keer per jaar het vakblad, toegang tot het volledige archief op www.valleibusiness.nl, 12x per jaar de digitale nieuwsbrief, korting op lezersaanbiedingen Vallei Business, gratis opname bedrijvengids en vacatureservice.

www.valleibusiness.nl

- 6 FOV Regio Foodvalley
- 8 Op bezoek bij ingenieursbureau BOOT
- 14 Living Lab verwelkomt Van Gent Autobedrijf
- 16 Podium voor innovatieve parels in de regio
- 18 The future of mobility in de regio Foodvalley
- 22 FIRESTOP Holland
- 27 EasySystems

- 28 Tuxis, the best kept secret in internet engineering
- 30 Van Veen Advocaten over Whoa
- 32 Fabriek Fris
- 35 Jolanda van Soest (BVS Sociaal Metaal)
- 36 Gamechanger voor mobiliteit?



32

5

- 38 Zo word je aantrekkelijker voor klanten
- 40 CMC Bedrijfsmakelaars: actief en creatief
- 42 Vakantie in coronatijd
- 44 Wat zegt de non-verbale communicatie over je gesprekspartner?
- 46 Quiet Please: regie over je eigen leven
- 49 Liberi Coaching
- 50 Blijf ook online in contact met je zakenrelaties
- 53 Wolleswinkel Hofman Advocaten

BETREK BEWONERS ACTIEF EN PAK DUURZAME OPWEK REGIONAAL AAN BURGERFORUM

Waar, hoe en hoeveel zonne- en windenergie kunnen we in 2030 opwekken in de regio? In Regio Foodvalley werken vertegenwoordigers van belangenpartijen samen met 8 gemeenten, 2 provincies en 2 waterschappen aan een plan daarover: de Regionale Energiestrategie (RES). Een groep inwoners uit de hele regio - een burgerforum - geeft advies over hoe in dit regioplan rekening gehouden kan worden met wat inwoners belangrijk vinden. Het burgerforum heeft het advies samengevat in zeven aanbevelingen. Die geven weer wat inwoners van de regio belangrijk vinden en wat zij waarderen aan hun leefomgeving.

Aanbevelingen en voorwaarden voor succes "Geef mensen naast lasten de lusten en wees creatief daarin. Richt een bewonerspanel op dat steeds mee kan blijven denken. Respecteer landschap en natuur en pak het duurzaam opwekken van energie én de communicatie daarover regionaal aan. Blijf ook alternatieven voor zonne- en windenergie onderzoeken voor de langere termijn en stimuleer isoleren en energiebesparing." Het burgerforum keek ook naar hoe het opwekken van duurzame energie een succes kan worden: "Kijk langer dan vier jaar verkiezingstermijn. De gemeenten moeten zich committeren aan wat in de RES staat. Zorg voor open communicatie, bespreek heikele punten in plaats van ze te verdoezelen. Neem nu maatregelen voor de korte termijn maar kijk ook naar de periode na 2030 en naar innovaties. Zorg voor subsidiemogelijkheden en terugverdienmodellen. Zorg dat het energienet zo snel mogelijk meer energie kan vervoeren. De kosten gaan voor de baat uit!"

Oplossingen die recht doen aan alle belangen In Regio Foodvalley willen we een schone wereld voor ons en onze kinderen. Dat vraagt om moeilijke keuzes. Want waar is ruimte om die duurzame energie op te wekken? Past het in het landschap? En hoe houden we het betaalbaar? Wethouders, vertegenwoordigers van andere overheden en van belangenpartijen zoeken samen naar een antwoord op deze vragen en naar oplossingen om de doelstellingen uit het Klimaatakkoord te halen. In een gezamenlijk Stakeholderoverleg zoeken zij oplossingen die recht doen aan alle belangen. Deze werkwijze is in 2019 vastgelegd in een Startnotitie. Die vervolgens is vastgesteld door onder andere alle gemeenteraden in Regio Foodvalley.

Geïnteresseerd in de overige aanbevelingen? Surf naar www.resfoodvalley.nl



FOOD ACADEMY NIJKERK DIGITAAL OM TAFEL MET JONGEREN OVER CARRIÈRE IN DE FOODSECTOR

Half februari vonden de open dagen van Aeres MBO Ede plaats. Tijdens deze dagen werd er in het bijzonder aandacht besteed aan de MBO-foodopleidingen. Toekomstige studenten kregen de gelegenheid om online workshops te volgen, te chatten met studenten en docenten én tijdens livesessies vragen te stellen aan werknemers uit het bedrijfsleven. Als samenwerkingspartner van Aeres (V)MBO en aanbieder van MBO Food opleidingen mocht Food Academy Nijkerk (FAN) hier natuurlijk niet ontbreken.

Op beide dagen werden er food livesessies georganiseerd: ronde tafel gesprekken waar werknemers en (oud-) studenten, jongeren alles vertelden over het toekomstperspectief binnen de foodsector, de verschillende functies én werkzaamheden. Hier werd de FAN vertegenwoordigd door medewerkers van Arla Foods, Hazeleger Kaas en Van Diermen Masterbakkers.

Tijdens de half uur durende livesessies, waren toekomstige studenten in de gelegenheid om vragen te stellen aan bedrijfsleven en onderwijs via een livechat. Dit leverde een waardevolle dialoog op: "Door middel van de livesessies hebben jongeren een inkijkje kunnen krijgen in de verschillende processen in de levensmiddelensector. Zo kunnen ze hun keuze voor een opleiding beter onderbouwen. Hierdoor beginnen de studenten niet alleen aan de opleiding voor een diploma, maar ook met een duidelijk beeld van het toekomstperspectief," aldus Henk Fieret (Hazeleger Kaas).

Een onderwerp dat nadrukkelijk aan bod kwam, is de veelzijdigheid van de levensmiddelenindustrie. De verschillende facetten van de sector maakt haar een geschikte werkgever voor jongeren met allerlei verschillende disciplines. Dit wordt ondersteund door Harry Dijkhof (Van Diermen Masterbakkers). "Het werken in de foodsector is divers: van operator tot QA (kwaliteitsdienst), het maken van ingrediëntendeclaraties tot het maken én ontwikkelen van nieuwe recepten."

Zowel Aeres MBO Ede als Food Academy Nijkerk kijken terug op geslaagde open dagen. We hopen dat het enthousiasme van de aanwezige bedrijven en onderwijsprofessionals aanstekelijk heeft gewerkt op de jongeren die vanuit huis deel hebben genomen!

MOBIELE WATERSTOFTANK DICHTERBIJ DOOR SUBSIDIE EN SAMENWERKING

Een van de grootste drempels om waterstof als brandstof te gebruiken is het ontbreken van een waterstofinfrastructuur. H2Milkrun is een project dat met een mobiele waterstoftankservice de drempel voor bedrijven wil verlagen. Bedrijven kunnen zo uittesten of waterstof geschikt is voor hun operatie, en zich abonneren op de tankservice.

Waterstofvoertuigen, zoals heftrucks, bouwmaschinen, agrarische machines, schoonmaakwagens zijn meestal afhankelijk van een tankstation op het eigen terrein. Voor potentiële eigenaars van deze voertuigen, meestal bedrijven, is het net een stap te ver om te investeren in een complete waterstofinfrastructuur in de testfase. Uit een inventarisatie blijkt dat er voldoende bedrijven in de regio bereid zijn om over te stappen op waterstof voor hun voertuigen na een gedegen testfase. De H2Milkrun faciliteert dat.

DE POMP KOMT NAAR JE TOE

Met een mobiele pomp kunnen bedrijven het gebruik van waterstof voor bedrijfsvoertuigen op eigen terrein uitproberen. Dat is waar het project H2Milkrun om draait. De partners ontwikkelen twee vrachtwagens die rijden op waterstof én daarbij een mobiel waterstoftanksysteem meedragen.





PROGRAMMA GEZONDE EN DUURZAME EETOMGEVING VAN START

Half februari vond online de startbijeenkomst plaats van het onderzoek 'Gezonde en duurzame eetomgeving'. Binnen de Regio Deal Foodvalley werken de Wageningen Universiteit en Universiteit Utrecht samen in dit meerjarige onderzoeksprogramma. De aftrap werd gedaan door prof. Dr. Emely de Vet, hoogleraar Consumptie en Gezonde Leefstijl aan de Wageningen Universiteit.

"De ambitie van dit onderzoeksprogramma is om de regio koploper te maken op het gebied van gezonde en duurzame voedselconsumptie. In samenwerking met partijen binnen de regio willen we een eetomgeving ontwikkelen die hiertoe uitnodigt. Om een stevige impact te hebben, creëren we deze gezonde en duurzame eetomgeving samen met de belanghebbenden in de wijk, de zorg, het MKB en horeca".

Voor het onderzoeksteam is het belangrijk om aansluiting te vinden bij belanghebbenden en te weten wat er gebeurt in de regio. De deelnemers gingen na de gezamenlijke introductie daarom uiteen in interactieve sessies per deelgebied. De organisatoren kijken terug op een geslaagde kick-off met veel interactie met en tussen de deelnemers uit de wijk, de zorg, de horeca en het MKB en delen graag de opbrengst hier met u.

IN HET MKB

Na een korte presentatie over het doel van onderzoek binnen het midden- en kleinbedrijf, werd de discussie gestart door het bespreken van de verschillende rollen van de betrokkenen binnen deze eetomgeving. De aanwezige deelnemers waren vooral betrokken op managementniveau, zoals programmamanagers en projectleiders binnen bedrijven, regionale en nationale instanties. Tijdens de discussie werden buiten werknemers en werkgevers ook andere stakeholders genoemd die betrokken kunnen worden zoals de werkgeversorganisaties, supermarkten, wegrestaurants, brandstofstations en treinstations. Als laatste kwam uit de discussie vooral naar voren dat de vraag hoe bedrijven en stakeholders het beste kunnen worden betrokken een vraag is die bij meerdere partijen speelt. Er gebeurt veel in de regio, maar initiatieven en belanghebbenden vinden elkaar niet altijd. Daarom is het belangrijk contact te blijven houden en informatie uit te blijven wisselen zodat we een duidelijker beeld kunnen krijgen wat er allemaal speelt binnen de regio.

Ga voor het volledige artikel naar www.regiofoodvalley.nl

DIGITALE REEKS OVER NIEUWE VERDIENMODELLEN VOOR AGRARIËRS

Hoe verdien je nu én in de toekomst een inkomen op het agrarisch bedrijf? Boer aan het Roer, het eerste spoor van de Regio Deal, organiseert een digitale reeks om agrariërs te inspireren over hoe ze met nieuwe verdienmodellen aan de slag kunnen. Eind februari werd de digitale reeks afgetrapt met een webinar. In maart werd een reeks podcasts gepubliceerd waarin agrarisch ondernemers hun ervaringen delen.

Maar liefst 150 belangstellenden keken op 24 februari naar het door Boer aan het Roer georganiseerde webinar 'Nieuwe Verdienmodellen'. Het merendeel van de kijkers bestond uit boeren uit de regio Foodvalley. Experts Gerdien Kleijer (thematrekker Waarderen en Verdienen in Boer aan het Roer), Frederiek van Lienen (Biodiversity in Business) en Jan Willem van der Schans (onderzoeker Korte Ketens) deelden hun kennis over werken aan een nieuw verdienmodel voor een toekomstgericht boerenbedrijf. Dit webinar wordt gevolgd door zes podcasts waarin de experts met boeren uit de regio dieper de materie van duurzame verdienmodellen induiken.

BEWUSTWORDING

Veel agrarische ondernemers willen een slag maken in de verduurzaming van hun boerenbedrijf. Een sterk verdienvermogen is essentieel willen boeren en tuinders werken aan kringloop-

landbouw zoals het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedsel dat voor ogen heeft, aldus Gerdien Kleijer tijdens het webinar. "Allereerst is bewustwording onder boeren, erfbetreders en beleidsmakers nodig, gevolgd door stimulering om te zoeken naar nieuwe verdienmogelijkheden. Dat doen we met Boer aan het Roer."

Podcasts: in gesprek met ondernemers
In de podcasts van Boer aan het Roer gaan de experts dieper in op de kansen van nieuwe verdienmodellen. Ze doen dat in gesprek met agrarische ondernemers uit de regio Foodvalley die al kozen voor een vernieuwend verdienmodel. In de eerste podcast komt ondernemer Roel van Dijk aan het woord. Deze melk- en vleesveehouder heeft een vleessnijderij en verkoopt al zijn vlees via de korte keten. Hij zet al zijn melk af via kaas onder het eigen merk Binnenvelds Goud. Wanneer besloot Roel van Dijk het roer om te gooien? Hoe bevalt het om zelf zijn producten te verkopen? Wat zou hij andere ondernemers aanraden? De podcast is in de eerste week van maart te beluisteren.

TERUGLUISTEREN

Het webinar is terug te luisteren via www.boeraanhetroer.nl/verdienmodellen. Daar zijn de komende tijd ook de podcasts te beluisteren.



VOEDING EN BEWEGEN ONDERDEEL BEHANDELING DARMKANKER

In november 2020 is het Darmlevercentrum van Ziekenhuis Gelderse Vallei gestart met het project XtraFit voor patiënten die geopereerd worden aan darmkanker. Door extra begeleiding van fysiotherapeut en diëtist wil het ziekenhuis haar darmkankerpatiënten fitter krijgen voor, tijdens en na hun behandeling. Fit zijn vergroot de weerstand waardoor patiënten de behandeling beter aankunnen. Het project wordt geëvalueerd als onderdeel van het onderzoeksprogramma 'Voeding & Gezondheid', het tweede spoor van de Regio Deal. Daarna kan het voedings- en bewegadvies ingepast worden in de dagelijkse zorg in de hele keten.

"We zien nu de eerste patiënten die geopereerd zijn terug op de polikliniek en de reacties zijn lovend, zowel van patiënten als van zorgverleners", vertelt Nynke Westra, onderzoeker en fysiotherapeut in Ziekenhuis Gelderse Vallei.

ONDERZOEK BINNEN DE REGIO DEAL

In het project XtraFit werkt Ziekenhuis Gelderse Vallei samen met Rijnstate, Universitair Medisch

Centrum Utrecht (UMCU) en Wageningen University & Research (WUR). Nynke: "Met die laatste twee partners zijn we op dit moment in het kader van de Regio Deal Foodvalley het onderzoek aan het opzetten. We kijken naar welke variabelen we allemaal willen meten en we richten deze in. Daarnaast wisselen we als ziekenhuizen onderling onze ervaringen uit. Binnen deze studie focussen we ons op het evalueren van XtraFit als dagelijkse zorg, de voedingstoestand en de fysieke conditie van de betrokken patiënten. Uiteindelijk moeten we veel patiënten zien om een database op te bouwen die we objectief kunnen analyseren. Daarnaast voeren we een patiënttevredenheidsonderzoek uit zodat we ook de kwaliteit van zorg kunnen beoordelen".

"Na afronding zal de Alliantie Voeding in de Zorg de kennis verspreiden en de inzichten omzetten in een (na)zorgplan voor patiënten met darmkanker. Hierbij betrekken we ook nieuwe en lopende initiatieven die aansluiten bij de wensen van de patiënten, zoals de ToonTuin in Ede of een dansproject in Utrecht"

BOOT ORGANISEREND INGENIEURSBURO ONDERZOEKT, ADVISEERT EN ORGANISEERT

INGENIEURS MET EEN VERHAAL

Toen de neven Hans en Kees Boot in 1990 besloten in Veenendaal een eigen ingenieurbureau te starten hadden ze een duidelijk plan. Ze wilden zich niet alleen richten op civiele techniek, maar ook op de leefomgeving van projecten. Daarvoor hadden ze meerdere disciplines nodig en die kwamen er dan ook. Door die verbreding werd het mogelijk opdrachtgevers een compleet pakket diensten aan te bieden voor de inrichting van de buitenruimte. Maar dat is niet het enige dat het bureau van de neven Boot onderscheidde, maar misschien wel het meest wezenlijke. BOOT organiserend ingenieurburo levert niet alleen technische oplossingen, maar onderzoekt, adviseert en organiseert het complete traject ook. Directielid Jaco Poppe vertelt er meer over.

Jaco Poppe kwam in 1998 binnen als adviseur op het gebied van milieutechniek. Hij groeide door tot projectleider en commercieel manager. In 2020 trad hij samen met Wim Franken toe tot de directie. Samen met Kees Boot vormen zij het directieteam van BOOT. Neef Hans heeft de organisatie inmiddels verlaten. Jaco Poppe: "Onderscheidend? Niet zo zeer wat werkterrein betreft, wel wat het brede aanbod in dienstverlening betreft. Dat is een bewuste keuze. Hier werken specialisten uit zeer diverse vakgebieden en daardoor kunnen we projecten van A tot Z regelen. Neem bijvoorbeeld de omvorming van een fabriekslocatie tot woningbouwlocatie. Wij kunnen het gehele traject begeleiden: van de sloop (inclusief vergunningen, circulair hergebruik materialen, bodemonderzoek en -sanering) tot en met de plannen voor de inrichting van de nieuwe locatie en uiteindelijk de oplevering."

MIDDELGROOT BUREAU

"Dat noemen we ontzorgen", vertelt Jaco Poppe. "Het biedt ons de kans opdrachtgevers veel werk uit handen te nemen. Het kan, het hoeft niet, we zijn flexibel en dus maken we ook graag deel uit van een projectteam. Breed inzetbaar als het beter is, maar ook de specialist op deelgebieden. We zijn ook onderscheidend in initiatieven rond circulariteit en duurzaamheid en misschien ook wel in de grootte van ons bedrijf. Wij zitten met 130 medewerkers in het middensegment

van ingenieurbureaus en dat betekent dat we klanten persoonlijk bedienen, maar ook dat we elkaar intern steeds goed weten te vinden. Dat is essentieel. Wanneer een projectleider tegen een probleem aanloopt, moet hij niet alleen weten waar hij intern de specialisten kan vinden, maar er ook even naartoe kunnen lopen. Dat maakt elk traject veel eenvoudiger."





plan de deur uit. Voordeel voor ons is dat als we het werk gegund krijgen, het projectteam al klaar staat. Dat is in onze visie de basis voor een geslaagd traject. Wanneer we de specialisten niet zelf in huis hebben, dan zoeken we er vertrouwde partners bij, bijvoorbeeld voor onderzoek naar oude munitie in de grond. Ook daarom noemen onze klanten ons een betrouwbaar bureau." Jaco Poppe noemt als voorbeeld de problemen die kunnen ontstaan wanneer in bepaalde trajecten niet in een vroeg stadium overleg start met alle stakeholders. "Communicatie is



EERST DENKEN, DAN DOEN

BOOT is vooral praktisch georganiseerd. "Het ene specialisme kwam vaak uit het andere voort", aldus Jaco Poppe. "Dat we ons met alles rond bodem, water, infrastructuur en GEO-informatie bezig houden ligt voor de hand. Dat we daarvoor een aparte afdeling projectmanagement hebben opgetuigd ook. Onze specialismen rond asbest, circulaire sloop en chroom 6 liggen misschien minder voor de hand, maar ze vormen voor ons een belangrijke aanvulling op alles wat klanten nodig hebben. Het maakt het mogelijk om uitgebreid over elk project na te denken. Neem bijvoorbeeld het project in Amerongen, waar we bezig zijn met de klimaatadaptieve inrichting van de gehele dorpskern. Of het project in Veenendaal-Oost waar we de gehele infrastructuur voorbereiden. Dit zijn projecten waarbij we de breedte van onze organisatie inzetten om de klant zo goed mogelijk te ondersteunen. Eerst denken, dan doen, dat is hier het credo en vrijwel altijd de vaste procesgang. Dat is soms

'ONDSCHIEDEND? NIET ZOZEER WAT WERKTERREIN BETREFT, WEL HET BREDE AANBOD IN DIENSTVERLENING'

best lastig voor klanten. Die komen hier met de wens een onderzoek uit te laten voeren, de rest vinden ze op dat moment niet zo nodig. Wij proberen ze dan te overtuigen dat het de moeite loont verder te kijken, in het voortraject na te denken over eventuele kansen en problemen, op voorhand knelpunten te benoemen en daarna pas aan de slag te gaan met de uitvoering. Daarmee voorkom je niet alleen fouten en vertragingen, het levert soms ook prachtige kansen op. Je bespaart dus geld en tegelijkertijd vergroot je de mogelijkheden van een project. Zo benaderen we elke aanvraag. We halen er meteen alle specialisten bij die er hun licht over laten schijnen. Zo gaat er een gefundeerd

cruciaal, anders organiseer je verzet en is de kans groot dat het hele project van tafel gaat. Betrek je stakeholders vanaf de start, laat ze meepraten over problemen en oplossingen, dan groeit de betrokkenheid en is de kans op succes veel groter. Daar wordt veel te weinig over nagedacht met alle gevolgen van dien."

CIRCULARITEIT

BOOT organiseert ingenieursbureau heeft circulariteit en duurzaamheid hoog



in het vaandel staan. "Circulariteit begint bij jezelf, je moet als bureau zelf het goede voorbeeld geven. Als je adviezen geeft over klimaatadaptatie, biodiversiteit, hittestress of circulariteit, kunnen klanten als ze ons kantoor bezoeken direct zien wat we bedoelen. Zo hebben we ons terrein ingericht met een waterberging en infiltratiesysteem, groene parkeerplaatsen en zonnepanelen op het dak. Sinds 2012 rijden we met groene Caddy's en personenauto's op elektriciteit van ons eigen dak of via groene stroom die we inkopen. Daarnaast stimuleren we het fietsgebruik, we hebben bij de herinrichting van ons gebouw zoveel

**'CIRCULARITEIT
BEGINT BIJ JEZELF, JE
MOET ALS BUREAU
ZELF HET GOEDE
VOORBEELD GEVEN'**

mogelijk gebruik gemaakt van materialen die we in sloopprojecten konden verwerven. Zo staan in ons Circulaire Café tafels die onze meubelmaker heeft gemaakt van oud dakbeschoot van de Fruitbuurt in Utrecht, een project van ons. Niet alleen unieke ontwerpen, maar ook hergebruik van kostbaar materiaal. We hebben een kantoorpand

aan de overkant van de straat aangekocht en dat zijn we nu volledig opnieuw aan het inrichten. Daarbij gebruiken we nieuwe materialen waar het moet en hergebruiken we oude materialen. Daarbij streven we naar 70% hergebruik van bestaande materialen. We zijn bijvoorbeeld betrokken bij de ontmanteling van een ziekenhuis en daarbij dreigden prachtige glazen panelen te worden vernietigd. Die gebruiken we nu als wanden in onze vergaderruimten. Ook stalen puin en plafondplaatjes krijgen een nieuwe bestemming. Dit zijn maar een paar voorbeelden van hergebruik van materialen in ons nieuwe pand." Jaco Poppe begrijpt de soms aanvankelijke weerstand. "Klanten denken dat het veel



tijd kost om oude materialen te verwerven, maar dat valt mee als je de juiste kanalen gebruikt. Het is vooral belangrijk om op tijd te beginnen met het oogsten van materialen. Bovendien kun je vaak tegen lage kosten prachtige oude materialen inzetten en dat is niet alleen goed voor de planeet,

maar het biedt ook meerwaarde aan gebouwen en het leidt tot een inspirerende en prettige plaats om te werken.”

INSERT

De mensen van BOOT geloven in samenwerking. Intern, maar vooral ook extern. “Daarom spelen we een belangrijke rol in allerlei nieuwe initiatieven rond duurzaamheid en circulariteit. Neem bijvoorbeeld Insert, een innovatief, circulair platform voor de bouw, civiele techniek en groenbedrijven, dat hergebruik van materialen stimuleert. BOOT is initiatiefnemer van deze non-profit stichting. Insert bestaat uit een marktplaats waarop herbruikbare (bouw)materialen, bomen en heesters worden aangeboden. Daarnaast faciliteert en stimuleert Insert de circulaire economie door te inspireren en partijen aan elkaar te verbind-



‘OOK MET BETREKKING TOT DE CONTINUÏTEIT VAN ONS BEDRIJF HEBBEN WE STAPPEN GEZET’

den. Zo koppelen we vraag en aanbod op alle niveaus. Insert maakt ook digitale materialen- en stoffeninventarisaties, waarbij herbruikbare materialen worden gedocumenteerd. Bij een stoffeninventarisatie gebeurt dit op basis van hoofdstromen. Aan de hand van tekeningen en een visuele inspectie op de locatie worden de hoeveelheden beton, glas, metaal, hout, kalkzandsteen en bijvoorbeeld mengpuin geregistreerd. Op basis daarvan kan een ‘materialenpaspoort’ worden gemaakt dat wordt geregistreerd bij Madaster, waarvan BOOT Kennedy een partner is. Daarnaast voert BOOT uitgebreide materiaalinventarisaties uit gericht op het primair hergebruik van materialen. Zo heeft de klant een compleet beeld van de circulaire waarde. Bovendien maakt zo’n paspoort een verruiming van de financieringsruimte bij een bank bespreekbaar. De circulaire waarde van een gebouw komt namelijk bovenop de restwaarde van een gebouw. We willen met Insert partijen in de bouwketen verbinden en ondersteunen om samen het hergebruik van bouwmaterialen verder te stimuleren. Het moet uiteindelijk heel normaal zijn dat materialen uit sloop,- renovatie of



12

transformatieprojecten een nieuwe bestemming krijgen. Die transformatie van herbruikbare sloopmaterialen naar bouwmaterialen vraagt om samenwerking en die stimuleren we met Insert.”

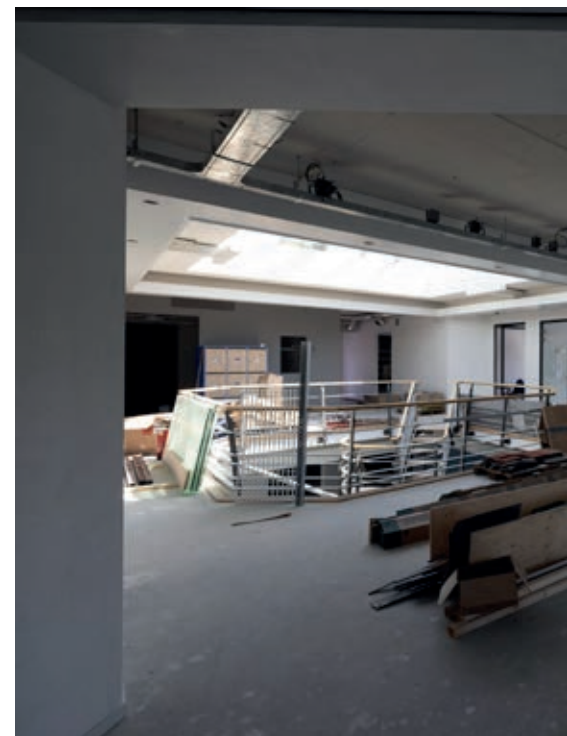
ASBESTOS MANAGER EN NHK

Andere initiatieven van BOOT zijn de Asbestos Manager en de Nationale Hittestress Kaart. De Asbestos Manager is een afgeschermd database voor bedrijven, corporaties en instellingen, waarin alle asbestgegevens van hun vastgoed op het hoogste detailniveau zijn vastgelegd. Dat geeft helder zicht op aanwezigheid van asbest en de daaraan verbonden risico's, over de stand van zaken rond sanering en de verwachte kosten. Het overzicht is actueel, eenvoudig in gebruik en het levert door inzicht substantiële kostenbesparingen op. De Nationale Hittestress Kaart (NHK) geeft helderheid over de hotspots in met

name stedelijke gebieden en biedt direct handelingsperspectief voor planning en programmering van maatregelen. “We zijn erg trots op onze initiatieven, omdat ze een belangrijke rol spelen in het vergroten van de veiligheid en gezondheid en de problematiek rond bijvoorbeeld klimaatverandering.”

COÖPERATIE

Jaco Poppe: “Deze initiatieven komen tot stand door de kennis van zaken en de creativiteit van onze medewerkers. Dat moet ook. Ons ondernemerschap vraagt ook de komende jaren voortdurend initiatief om te anticiperen op de markt. Nieuwe vraagstukken, nieuwe contractvormen; samen met de opdrachtgever zoeken wij naar een optimale invulling van vraag en aanbod. Wij zijn ons er binnen BOOT sterk van bewust dat de kwaliteit en de continuïteit van onze organisatie staat of valt met onze





**“ONDERNEMERSCHAP
VRAAGT OOK DE
KOMENDE JAREN
VOORTDUREND
INITIATIEF OM TE
ANTICIPEREN OP DE
MARKT”**



we elf reacties op en daarvan zijn er nu negen daadwerkelijk projectleider. Ook met betrekking tot de continuïteit van ons bedrijf hebben we stappen gezet. We hebben het eigendom van de organisatie deels doorgeschoven naar een stichting, waarin medewerkers kunnen deelnemen, een soort coöperatief model. Dat had tot gevolg dat nu zo'n 30% in eigendom is van onze eigen mensen. Daarmee creëer je positivisme, inzet en motivatie. Intern, maar ook extern. We werken samen aan een toekomstbestendige leefomgeving, in de eigen organisatie en in onze projecten. Mensen willen graag bij BOOT horen en met BOOT werken, daar zijn we enorm trots op!”

medewerkers. We doen er dus alles aan om goede mensen aan ons te binden en vast te houden. Dat lukt uitstekend. We bieden ruimte en kansen om te groeien en daar vragen we ondernemerschap en verantwoordelijkheid voor terug. We hebben bijvoorbeeld vier jaar geleden een traject ingezet waarin medewerkers hun interesse in de functie van projectleider kenbaar konden maken. Daar kregen



VAN GENT AUTOBEDRIJF EDE SLUIT ZICH AAN ALS PARTNER BIJ HET LIVING LAB REGIO FOODVALLEY CIRCULAIR

Het Living Lab Regio Foodvalley Circulair is een netwerk van bedrijven, onderwijs en overheden dat de circulaire economie voor de regio vaart wil geven. Het netwerk groeit nog steeds, daarom stellen wij onze nieuwe partners graag aan u voor. In deze editie is dat Van Gent Autobedrijf.

Van Gent Autobedrijf Ede is een bedrijf dat al sinds 1970 toonaangevend is in de regio. Wim en Cor van Gent begonnen in de schuur achter het ouderlijk huis te Overberg met het opknappen, handelen en onderhoud van auto's van alle merken. Sinds 1978 zijn ze officieel Toyota dealer. Nu sluiten zij zich aan als partner bij het Living Lab Regio Foodvalley Circulair.

“Wij willen voorop blijven lopen als het gaat om duurzaamheid”, aldus Diderik van Gent, huidig directielid. Zo heeft het bedrijf al jaren geleden het hele dak met zonnepanelen uitgerust. “Duurzaamheid is voor mij breder dan alleen circulair, het gaat ook over duurzaam omgaan met je personeel en je omgeving”.

Directe aanleiding voor Van Gent om partner te worden van het Living Lab is de nieuwe Werkplaats Waterstof, die eind 2020 is gestart. Bij Van Gent zijn onlangs de eerste twee waterstofauto's de deur uit gerold, de Toyota Mirai. “Waterstof zal voor ons de eerste vijf jaar nog écht geen verdienmodel zijn, maar we zien het wel als onze verantwoordelijkheid om deze transitie aan te slingeren. Een waterstofauto rijd je op dit moment niet voor het gemak omdat je overal kan tanken, maar omdat je intrinsiek gemotiveerd bent om te veranderen en duurzaam te zijn. Daar geloven wij in.”

Dat bij deze transitie meer komt kijken dan men denkt, blijkt bijvoorbeeld uit de manier waarop waterstof geproduceerd wordt. “Zolang we gebruik



blijven maken van grijze, op fossiele grondstoffen gebaseerde waterstof, is het niet duurzaam”, aldus Van Gent. “Maar wanneer we in de regio op lokaal niveau met groen opgewekte elektriciteit waterstof kunnen produceren, dan hebben we een schone en duurzame brandstof die écht impact maakt.”

Als partner van het Living Lab wil Van Gent zich actief inzetten om bij te dragen aan de transitie en de versnelling



Onderschrift foto: Diderik van Gent (links) en Wim Werkman (rechts) bij de nieuwe Toyota Mirai, de auto die volledig op waterstof rijdt

15

naar een duurzame economie aan te jagen. Met de deelname aan de werkplaats Waterstof hoopt Van Gent zowel kennis in te brengen en nieuwe partners te ontmoeten die gezamenlijk met het vraagstuk bezig zijn. “We willen laten zien dat rijden op waterstof al mogelijk is” aldus Van Gent. Dat betekent niet dat er binnen twee jaar al honderden waterstofauto’s in de regio rijden. “Als we binnen 5 tot 10 jaar op grotere schaal op waterstof gaan rijden is dat al snel.

Kijk maar eens 10 jaar terug om te zien hoeveel batterij elektrisch er toen reed. Er kan in korte tijd veel gebeuren maar dan moeten we wel vandaag beginnen.”

Dat het Living Lab aanslaat en werkt blijkt onder andere uit de groei van het aantal partners. De afgelopen tijd hebben we vier bedrijven mogen verwelkomen en we geven de komende nummers van Vallei Business Magazine graag aandacht aan deze mooie toevoe-

gingen. Wilt u ook partner worden of bent u geïnteresseerd in hoe u samen kunt werken aan circulariteit? Neemt u dan contact met ons op, de informatie vindt u op onze website: www.regio-foodvalleycirculair.nl.



UITREIKING INNOVATIEPRIJS REGIO FOODVALLEY 2021 IN SEPTEMBER

PODIUM VOOR INNOVATIEVE PARELS IN DE REGIO

Een feestelijke avond, een rode loper voor genomineerden en de schijnwerpers op innovatieve parels uit de regio. De uitreiking van de Innovatieprijs Regio Foodvalley 2021 op 29 september kan wel eens het eerste grote event in de regio zijn waar ondernemers en mensen uit onderwijs en overheid elkaar na lange tijd weer 'live' kunnen ontmoeten. "Een mooie kans voor innovatieve ondernemers in de regio om het podium te krijgen", zegt Wim Werkman, vicevoorzitter van de FOV Regio Foodvalley, de federatie van bedrijvenkringen in de regio, en initiatiefnemer van de Innovatieprijs.

Na zes jaar afwezigheid wordt de Innovatieprijs in Regio Foodvalley nieuw leven ingeblazen. "We zijn van plan er een jaarlijks terugkerend evenement van te maken", laat Werkman weten. "Het wordt een feestelijke avond, van, voor en door ondernemers." Het doel is ondernemers te inspireren en samenwerking te stimuleren. "Met innovaties werken we aan een vitale en duurzame economie in de regio", geeft Werkman het belang aan. "Regio Foodvalley is een topregio, waar de economie het afgelopen jaar

minder hard getroffen is dan in andere regio's. Een beetje trots is wel op zijn plaats. De Innovatieprijs maakt zichtbaar dat innovatie in het DNA van Regio Foodvalley zit."

TROTS

De Innovatieprijs richt zich met name op innovaties in de sectoren agrofood, de maakindustrie en de energie- en milieutechnologie. Alle ondernemers uit de regio mogen innovaties aanmelden, zolang het gaat om technologische

product-, proces-, en marktinnovaties die een impactvolle bijdrage leveren aan de circulaire economie. Een deskundige jury met mensen uit verschillende disciplines, beoordeelt wie er aan het eind van de avond met de award, publiciteit en eeuwige roem naar huis gaat. Daarnaast is er ook een publieksprijs. "Ondernemers in de regio zijn over het algemeen wat timide en zitten niet altijd op aandacht te wachten", weet Werkman. "Er is veel innovatie in de regio, maar ondernemers zien zichzelf vaak niet als innovatief." Dat

mag best anders, vindt hij. “Wees trots op je bedrijf of op de producten en diensten die je levert. En laat het zien”, moedigt hij ondernemers aan om hun innovaties voor te dragen.

De organisatie, ondersteund door Regio Foodvalley, RCT Gelderland, Living Lab Regio Foodvalley Circulair en de Rabobank als hoofdsponsor, rekt op zeker vijf nominaties die voor de Innovatieprijs in aanmerking komen. Om mee te dingen naar de prijs dienen de inzendingen niet alleen een innovatief karakter te hebben met een impactvolle bijdrage aan de circulaire economie. Een ander criterium is dat de innovatie voortkomt uit aantoonbare samenwerking, binnen de keten, of over de grenzen van sectoren heen. “Samenwerking is dé sleutel tot succes”, zegt Werkman. “De beste innovaties zijn vaak het resultaat van samenwerking tussen partijen uit verschillende sectoren. Het leert je op een andere manier te kijken.”

PROFESSIONELE ONDERSTEUNING

“Van alle genomineerden worden professionele filmpjes gemaakt”, laat Werkman weten. “Deze filmpjes geven een mooi beeld van de innovaties, maar kunnen ondernemers ook zelf goed gebruiken.” Ook jong talent wordt uitgedaagd, onder meer via de onderwijsinstellingen, om innovaties aan te melden. Zij dingen mee naar de Young Talent Award. De winnaar van deze publieksprijs gaat er vandoor met de award en deskundige ondersteuning om het idee verder uit te werken. Door

aandacht te geven aan innovatie hoopt Werkman dat ondernemers zich bewust worden van het belang innovatief bezig te zijn. “Zonder innovaties ga je het niet redden. En circulair ondernemen is per definitie innoveren. Het is de motor van economische groei in onze regio.”

“Over het algemeen nemen bedrijven nieuwe medewerkers aan om innovatie te realiseren. In Regio Foodvalley komt de innovatiekracht bij mkb-bedrijven juist van eigen medewerkers. Zulke ideeën ontstaan door het samenkomen van vernieuwing en pragmatisme. En dat is waarom het werkt. Ik weet dat er in de regio tal van voorbeelden zijn die dat bewijzen. Wij willen ondernemers vanuit alle sectoren in deze regio dan ook oproepen om hun innovaties aan te melden. Cross-over samenwerking en circulariteit zijn belangrijke onderscheidende factoren”



Wim Werkman,
vicevoorzitter van
FOV Regio Foodvalley



WILLEM KUIJSTEN

voorzitter FOV Regio Foodvalley

“De FOV Regio Foodvalley heeft het initiatief genomen om een regionale innovatieprijs te orga-

niseren. De regio barst van geweldige innovaties door ondernemers die vaak te bescheiden zijn om er aandacht voor te vragen. Met deze award krijgen ze toch een podium. Veel van de innovaties komen tot stand door onverwachte samenwerkingen, sector overstijgend of met kennisinstellingen en overheid. Die samenwerking willen wij blijven stimuleren. Want een innovatieve en circulaire topregio wordt niet zonder een klimaat waarin kennisuitwisseling, inspiratie en innovatie elkaar versterken.”

MAUD HULSHOF

Bestuurlijk verantwoordelijk voor het thema Economie in de Regio Foodvalley

“Over het algemeen nemen bedrijven nieuwe medewerkers aan om innovatie te realiseren. In Regio Foodvalley komt de innovatiekracht bij mkb-bedrijven juist van eigen medewerkers. Zulke ideeën ontstaan door het samenkomen van vernieuwing en pragmatisme.

En dat is waarom het werkt. Ik weet dat er in de regio tal van voorbeelden zijn die dat bewijzen. Wij willen ondernemers vanuit alle sectoren in deze regio dan ook oproepen om hun innovaties aan te melden. Cross-over samenwerking en circulariteit zijn belangrijke onderscheidende factoren”

JAN HOL

Voorzitter College van Bestuur CHE

“Goed onderwijs stimuleert innovatie. Het talent van nu wil graag worden opgeleid voor de arbeidsmarkt van morgen. Of overmorgen als je ziet hoe snel de wereld verandert. Daarom doet de CHE graag aan dit initiatief mee. Andersom zijn innovatieve bedrijven onmisbaar om talent in de regio te houden. Met de innovatieprijs laten we zien dat je niet naar de Randstad hoeft voor de coolste innovaties en vooruitstrevende bedrijven. Deze regio biedt zeer aantrekkelijke mogelijkheden voor jong talenten.”





Projectleider gebiedsgerichte aanpak Stijn van den Broek

THE FUTURE OF MOBILITY IN DE REGIO FOODVALLEY

LAAT AL FIETSEND EEN DUURZAME VOETAFDRIJK ACHTER

Circulariteit en duurzaamheid worden steeds belangrijkere thema's in de Regio Foodvalley. Ook op het gebied van mobiliteit. In de regio verschijnen steeds meer e-bikes en elektrische auto's, zoals op de campus van Wageningen University & Research (WUR). In het Mobility as a Service-project (MaaS) werkt de WUR met Mobility Mixx en de gemeente Wageningen samen aan een duurzaam en innovatief vervoersconcept. Wij spraken met de projectleider gebiedsgerichte aanpak Stijn van den Broek en Harald Ernst, CEO van mobiliteitsprovider Mobility Mixx, over deelfietsen, e-bikes en the future of mobility.

Duurzame mobiliteit staat voor een vervoersconcept waarbij de verplaatsingen geen nadelige invloed hebben op het milieu en CO₂-uitstoot verminderen. Welke voetafdruk laat je achter wanneer je naar het kantoor gaat of wanneer je een meeting hebt? Stap je in de auto of zelfs het vliegtuig voor een bespreking (in een ander land) of organiseer je een onlinemeeting? Onze verplaatsingen vormen een belangrijk onderdeel van het dagelijks leven. Die resulteren in veel gevallen in CO₂-uitstoot door de verbranding van fossiele brandstoffen. Hoe kunnen we daar verandering

in brengen? En niet alleen met mooie plannen op papier, maar daadwerkelijk in het straatbeeld. In de regio Foodvalley worden duurzame mobiliteitsplannen uitgevoerd en doorontwikkeld.

MAAS

Met een online event werd op dinsdag 30 maart de officiële start gevierd van Mobility as a Service bij Wageningen University & Research. Bedrijven en instellingen in de regio werden geïnformeerd over de kansen voor slimmere en duurzame mobiliteit, met de WUR als een

inspirerende wegbereider. In samenwerking met mobiliteitsprovider Mobility Mixx ondersteunt de WUR de medewerkers nu al met een gebruiks- en milieuvriendelijk vervoersconcept. Door de beschikbare vervoersmiddelen te delen en verder uit te breiden, kunnen in de toekomst ook andere reizigers in de regio Foodvalley hiervan profiteren en hun vervoer slimmer organiseren.

Met MaaS wordt het convenant Duurzame Mobiliteit Food Valley nu ook concreet. Het convenant is ondertekend door de Provincie Gelderland, Regio Foodvalley en diverse werkgevers. In fase één van het MaaS-project zijn elektrische deelauto's uitgerold voor dienstreizen van de WUR-medewerkers en deze zomer start fase 2 met een netwerk van deelfietsen op en rond het WUR-terrein. Daaraan wordt later nog openbaar vervoer gekoppeld.

Voor de campus van de WUR is een deelfiets een ideale vorm van vervoer, geeft Stijn van den Broek, projectleider gebiedsgerichte aanpak in de regio Foodvalley, aan. "Medewerkers en studenten van de WUR moeten vaak van de ene kant naar de andere kant van het terrein en voor die korte afstanden kun je dan in de toekomst de (elektrische) deelfiets pakken. De deelfietsen maken onderdeel uit van het netwerk van MaaS. Het gaat er om dat je de verbinding legt met deelauto's en openbaar vervoer. Je kan denken aan een duurzame hub bij station Ede-Wageningen, waar werknemers na een treinrit de deelfiets pakken om naar WUR te gaan. Of naar andere bedrijven als er hopelijk meer

werkgevers aansluiten. Zo creëer je een duurzaam vervoersconcept.”

Mobiliteitsprovider Mobility Mixx werkt samen met de WUR en maakt de vervoersbewegingen van de medewerkers inzichtelijk met behulp van een portal en een app. Daar kunnen ook de deelauto's en -fietsen worden geboekt en reiskosten gedeclareerd worden. “Als werkgever kun je in de portal en op de app zien hoeveel kilometers de deelauto's maken, hoeveel treinritten kosten en hoeveel je kwijt bent voor parkeerkosten. Het gaat erom dat je zicht krijgt op de vervoersbewegingen binnen je organisatie en de kosten daarvan. Zo kun je zien waar je kunt besparen op reiskosten, uitstoot van CO2 en administratieve lasten”, vertelt Harald Ernst, CEO van Mobility Mixx.

Ernst hoopt dat Mobility Mixx samen met de WUR en de gemeente Wageningen met het MaaS-project een rol als aanjager voor duurzame mobiliteit in de regio kan vervullen. “Het allermooiste is als je met meerdere partijen een netwerk kunt opstarten van duurzame vervoersmogelijkheden. In de regio Foodvalley zijn we al heel actief bezig, maar ook in andere regio's werken

we samen met bedrijven en gemeenten aan duurzame vervoersconcepten. We werken al toe naar Arnhem en Nijmegen en richting Den Bosch en Eindhoven. Gezamenlijk bouwen we aan een steeds omvangrijker duurzaam vervoersnetwerk, waarin deelnemen steeds aantrekkelijker wordt. Door schaalvergroting kunnen we duurzame initiatieven optimaal benutten.”

“Het doel is ook meer bedrijven die op de campus zijn gevestigd en daar buiten deel te laten nemen aan MaaS”, zegt Ernst. “De trend van duurzaam ondernemen was al ingezet voor corona, maar sinds de coronatijd is er steeds meer behoefte aan flexibiliteit, voor wat betreft reismogelijkheden. Hoe ga je om met doorlopende kosten van leaseauto's en reisabonnementen? Is het niet veel efficiënter om te betalen naar gebruik van de vervoersmiddelen? Zeker in 2021 merken we dat meer werkgevers informeren naar de duurzame vervoersmogelijkheden, ook omdat veel werknemers thuis werkten en misschien voortaan deels blijven doen. Nu er licht aan het einde van de coronatunnel lijkt te komen, zal de focus bij steeds meer bedrijven ook weer komen op investeringen in duurzame oplossingen.”

E-BIKES

Naast de deelmobiliteit waarin de (elektrische) fiets een belangrijke rol gaat vervullen merkt Van den Broek ook dat steeds meer werkgevers e-bikes aanschaffen. “Steeds meer werkgevers maken fietsen ook aantrekkelijker. Voor een rit in de auto wordt vaak een vergoeding van 19 cent per kilometer betaald, maar dat is helemaal niet wettelijk vastgelegd. Er zijn ook werkgevers die ervoor kiezen om bij (elektrisch) fietsen 19 cent per kilometer te vergoeden. En als je met een brandstofauto komt wordt het 12 cent per kilometer. Ik zie ook dat de faciliteiten voor fietsers verbeteren bij bedrijven. Denk aan een veilige stalling, maar ook aan kleedkamers met douches en lockers. De fiets gaat een steeds prominentere rol innemen in het woon-werkverkeer. Er zitten veel voordelen aan. De werknemers worden er vitaler door en dat scheelt uiteindelijk ook weer in ziekte-dagen [onderzoek wijst uit, 1,3 dagen per jaar per medewerker].”

“Om fietsgebruik te blijven stimuleren heeft de Regio Foodvalley een fietsstimuleringsprogramma opgezet. Dit activeert medewerkers te gaan fietsen en stimuleert hen om dat ook te blijven doen. Het fietsstimuleringsprogramma Fietsvalley kan door ondersteuning



Harald Ernst, CEO van mobiliteitsprovider Mobility Mixx



van de Regio Foodvalley kosteloos ingezet worden. Voor een succesvolle campagne is wel het raadzaam om daar ook een pool van e-bikes bij te plaatsen, zodat medewerkers laagdrempelig kennis kunnen maken met het gemak en comfort van een e-bike. Zeker als je werknemers geen grote afstanden hoeven af te leggen vanuit huis of voor andere werk gerelateerde kilometers, heeft het voordelen voor werknemer én werkgever. Wanneer je als werkgever geïnteresseerd bent in het fietsstimuleringsprogramma, dan kun je op elk gewenst moment starten en ben je 12 maanden verzekerd van leuke prikkels en incentives voor werknemers om het goede gedrag vast te houden. BOV (Bedrijvenkring Ondernemend Veenendaal) is inmiddels zo enthousiast over het programma van Fietsvalley dat zij een campagne ontwikkelt heeft voor de achterban in Veenendaal. Op vrijdag 18 juni was de formele aftrap”, aldus Van den Broek.

De ambitie is om van werknemers keuzereizigers te maken, zegt Van den Broek. “Waar ga

je werken en hoe ga je daarnaartoe? Kan je de spits mijden en als je gaat reizen wat is jouw doel? Hoe meer bedrijven en werknemers in het concept meegaan hoe kleiner de voetafdruk die we achterlaten op de leefbaarheid en bereikbaarheid van de omgeving waarin we wonen en werken. Het gaat erom dat we bewust worden van de gevolgen van de keuzes die we maken. Als werkgever is het goed om te weten in welke mate je duurzame keuzes kunt ondersteunen. Werkgevers waren voor de coronatijd misschien sceptisch over thuis werken, dat zal nu anders zijn. Corona lijkt de rol van breekijzer te hebben ingenomen op het gebied van mobiliteit en flexibiliteit.”

PARTICIPEREN

The future of mobility, noemt Ernst het. “De coronatijd heeft tot veel nieuwe inzichten geleid. En de trend van duurzaam ondernemen zet zich steeds sterker door, ook in vraagstukken rond mobiliteit. Voor werkgevers, van elk formaat liggen hier kansen om duurzamer en slimmer om te gaan met mobiliteit. Als Mobility Mixx kunnen we een

werkgever al binnen een week onze service aanbieden en ook de vervoersbewegingen in het bedrijf koppelen aan de portal en onze app”, aldus Ernst.

Als projectleider gebiedsgerichte aanpak wil Van den Broek de werkgevers in de regio Foodvalley stimuleren om mee te doen aan de plannen die voortkomen uit het convenant Duurzame Mobiliteit Regio Foodvalley. “Als bedrijven meer informatie willen over duurzame en slimme mobiliteit of hulp nodig hebben om te starten met duurzame mobiliteit van werknemers, help ik hen graag”, besluit Van den Broek.

Meer informatie kun je vinden op; www.slimopwegregiofoodvalley.nl en www.mobilitymixx.nl



ELEKTRISCHE BAKFIETS PAST PERFECT IN DUURZAME FILOSOFIE FOOD OF CULTURES

Duurzaam ondernemen en maatschappelijke betrokkenheid staan bij Mahan Eslami en haar familiebedrijf hoog in het vaandel. Samen met haar ouders heeft ze wereldkeukenrestaurant en cateringbedrijf Food of Cultures in Wageningen op de kaart gezet. De familie Eslami kwam in de jaren negentig vanuit Iran naar Nederland en nu bieden ze binnen Food of Cultures vrouwen met een migratieachtergrond en een zekere afstand tot de arbeidsmarkt de kans om zich te ontplooiën tot horecaprofessionals. Daarnaast bieden ze met hun maaltijdservice Delen smaak beter klanten de mogelijkheid om bij hun bestelling ook maaltijden te doneren aan de Voedselbank en het AZC, zoals Food of Cultures dat zelf ook doet. Naast hun maatschappelijke rol binnen de gemeente denkt Food of Cultures ook heel bewust na over duurzaam ondernemen. Niet alleen door te investeren in energiebesparende kookapparatuur en duurzame LED-verlichting. "We maken sinds twee jaar gebruik van een elektrische cargo bike", vertelt Mahan. "Voorheen brachten we onze maaltijden, zoals naar de WUR, rond met een bestelbus, maar als Food of Cultures denken we altijd na over innoverende duurzame investeringen en oplossingen. Zo kwamen we op het idee om een cargo bike aan te schaffen. Dat bleek een schot in de roos. Zeker binnen Wageningen zijn we vaak nog sneller dan met de auto en we kunnen voor 50 personen aan maaltijden meenemen op onze fiets." Food of Cultures wil in de nabije toekomst ook een elektrische auto aanschaffen voor de langere afstanden. "Als ondernemer heb je daar minder kosten aan en je dient een gemeenschappelijk doel door het milieu niet te belasten. We merken ook aan onze klanten dat ze het enorm waarderen dat we duurzaam ondernemen", aldus Mahan. "De cargo bike is een bijzondere verschijning en we merken dat andere mensen belangstelling tonen voor waar we voor staan. Het doel is om de gemeente Wageningen in 2030 klimaatneutraal te maken en wij dragen daar heel graag ons steentje aan bij. Als we zo'n mooi doel stellen moeten we eigenlijk ook allemaal onze verantwoordelijkheid nemen."



21





22

FIRE STOP HOLLAND B.V BOUWT, INSTALLEERT, ONDERHOUDT EN INNOVEERT SPRINKLER- EN BRANDDETECTIESYSTEMEN

BRAND IN DE KIEM SMOREN

Het principe van sprinklersystemen dateert al van voor de Tweede Wereldoorlog. Nog steeds vormt het een beproefde formule om brand in de kiem te smoren. Dat staat of valt met een deugdelijk aangelegde installatie, zorgvuldig onderhoud en slimme detectie, precies de specialismen van FIRE STOP Holland, waar mensen met passie voor de materie werken.

Als het moet, kan ik dagenlang over de techniek vertellen,” glimlacht Maikel Diepeveen, directeur van de divisie FIRE STOP Holland Detectie. “We zijn hier eigenlijk allemaal behoorlijk gek van ons vak.” Dat blijkt, want het bedrijf maakte een enorme groeispurt nadat André Immink en Radek Pronczuk het in 2007 vanuit het niets oprichtten. “Aanvankelijk legden we ons alleen toe op de aanleg, als erkend sprinklerinstallateur. Inmiddels vervaardigen we in een eigen fabriek met een engineeringafdeling het complete leidingenwerk, dat samen met de watertank en de pomp als een soort ‘bouwpakket’ op locatie arriveert, waar onze monteurs het opbouwen tot een compleet systeem. In grote lijnen is het werkingsprincipe nog altijd gelijk aan de allereerste sprinklersystemen van zo’n tachtig jaar terug, maar met behulp van digitalisering hebben we vooral een belangrijke innovatieslag kunnen maken op het gebied van detectie.” In 2018 volgde uitbreiding met een eigen service-afdeling, onder leiding van Ernst Dubbink. De onderneming werd nog verder uitgebreid met de komst van FIRE STOP Holland Detectie, waar Maikel Diepeveen aan het roer staat.

GEDETAILLEERDER

Een vrij recente ontwikkeling van de businessunit FIRE STOP Holland Detectie betreft een in eigen huis ontworpen digitaal brandmeldpaneel, te bedienen via een touchscreen, verkrijgbaar in verschillende formaten. “Het kent een aantal belangrijke voordelen. Ten eerste kun je veel meer informatie veel gedetailleerder weergeven, binnenkort zelfs op componentniveau. Waar voorheen één lampje ging branden om een calamiteit in een groot gebied kenbaar te maken, gebeurt dat straks per rookmelder. Dan zie je precies waar een storing zit of waar het alarm vandaan komt. Verder is het digitale paneel in staat om de status van de pompkamer en aanvalsroutes voor de brandweer te tonen en biedt het de mogelijkheid om met één druk op de knop een ontruiming te starten of te stoppen. Een ander voordeel zit in de flexibiliteit: wijzigingen laten zich heel makkelijk doorvoeren, bijvoorbeeld wanneer je een ruimte anders inricht of zones toevoegt. Uiteraard ondersteunen wij de klant volledig op dat gebied. Buiten alarmering om leent zo’n touchscreen zich ook voor andere informatievoorziening, zoals het weergeven van een presentatie, een welkomstboodschap of huisregels voor bezoekers.”

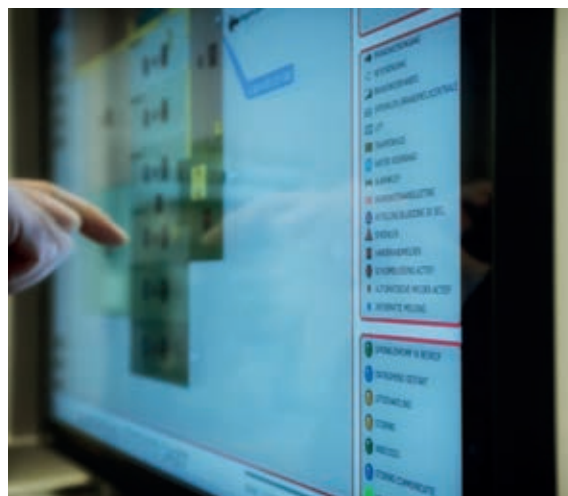
BROEIBRANDEN

In samenwerking met een gerenommeerde internationale

partner ontwikkelde FIRE STOP Holland een combinatie van een infraroodcamera en automatisch blussysteem, speciaal om broeibranden de kop in te drukken. Diepeveen: “We installeren dit veel bij recyclingbedrijven, die aan dit risico blootgesteld worden. Denk bijvoorbeeld aan een lekkende batterij die kortsluiting maakt en in de buurt licht van een licht ontvlambare stof. Het systeem meet de oppervlaktetemperatuur van het afval en kan hotspots van dertig bij dertig centimeter op een afstand van 45 meter detecteren. Bij een beginnende broeibrand volgt automatisch een gerichte blussing gedurende twee minuten.” Speciaal voor omgevingen waar zich kwetsbare apparatuur bevindt, zoals serverruimtes, biedt FIRE STOP Holland een blusgassysteem met een hooggevoelige detectie. “Dit werkt niet met CO2, maar met een speciaal type gas dat geen gevaar voor mensen oplevert en de milieubelasting tot een minimum beperkt.”

INVESTERING TERUGVERDIENEN

Een sprinklerinstallatie behoeft periodiek onderhoud, vastgelegd in wettelijke normen. “De wekelijkse test mag een bedrijf meestal zelf doen, maar veel klanten laten dat liever aan ons over, zodat zij zich met hun core business kunnen bezighouden,” geeft Diepeveen aan. “Onze divisie FIRE STOP Holland Service checkt volgens de richtlijnen maandelijks het detectiesysteem en voert jaarlijks groot





24 onderhoud uit. We adviseren daarbij over preventieve werkzaamheden om lekkages of storingen te voorkomen, maar ook over eventuele wijzigingen om tegemoet te komen aan een veranderde situatie. In principe krijgt de klant bij ons een vaste contactpersoon, die het bedrijf en het systeem ter plaatse kent. Het houdt de lijnen kort. Omdat een sprinklerinstallatie bij de klant moet passen, zoeken we altijd samen naar de meest geschikte oplossing. Soms kan een investering zichzelf dubbel en dwars terugverdienen, zoals een apparaat dat bij een droog, vorstvrij systeem in parkeergarages stikstof in plaats van lucht in de leidingen blaast, waardoor deze niet roesten en tien jaar langer meegaan. Als erkend sprinklerinstallateur met eigen productie, engineering op basis van 3D-modellen, service en een detectie-afdeling zitten we inmiddels op het niveau dat we klanten een totaaloplossing kunnen bieden. Dat voelt goed, want we houden van ons vak.”



SYSTEMEN EN TOEPASSINGEN

Op wat voor locaties kun je een sprinklerinstallatie zoal tegenkomen? "In een aantal gevallen gaat het om een zogeheten gelijkwaardigheidsoplossing," vertelt Diepeveen. "Volgens het Bouwbesluit moet een pand in de basis onbrandbaar zijn en over ruimtes met een bepaald maximum aan vierkante meters beschikken. Bij grote gebouwen valt dat eventueel te realiseren door te compartimenteren, maar bijvoorbeeld distributiecentra willen het liefst zo min mogelijk tussenwanden. Dan biedt een sprinklersysteem een goed alternatief om de brandveiligheid te garanderen. In andere gevallen geldt een wettelijke verplichting of bevoegd gezag van de brandweer, bijvoorbeeld bij woon- en kantoor-torens die boven de maximale hoogte van zeventig meter uitkomen. Denk verder aan gebouwen met een gevaarlijke opslag, recyclingbedrijven waar vaak broeibranden ontstaan en parkeergarages, waar het vooral sinds de opkomst van elektrische auto's en de plaatsing van laadpalen een hot item is. Er lopen vaak weinig mensen rond, dus wordt een brand vaak laat ontdekt, bovendien kan de gebouwconstructie bezwijken door de hitte-ontwikkeling."

In het kort zet Diepeveen de verschillende soorten sprinklerinstallaties uiteen die FIRE STOP Holland in haar programma heeft. "In kantoorruimtes, hotels, winkelcentra en productiegebouwen zie je vaak een nat systeem, waar



zich constant water in de buizen bevindt, wat bij detectie van brand voor een erg korte reactietijd zorgt. Voor toepassingen waar temperaturen van nul graden of lager kunnen optreden, zoals een busremise, een overkapping of een houtopslag, kennen we een droog systeem. Het water zit dan achter een hoofdklep in een verwarmde ruimte, terwijl de leidingen gevuld zijn met lucht die op druk gehouden wordt, waardoor ze niet bevroren. Een combinatie met de voordelen van zowel een nat als een droog systeem vind je bij het pre-actionsysteem, dat dankzij het gebruik van rook- en/of hittesensoren

uitsluitend bij echt gevaar in actie komt. Dit kom je met name tegen op locaties waar zich een kostbare inventaris bevindt, zoals musea, serverruimtes, bibliotheken en vliegtuighangars. In gebouwen met opslag van vuurwerk, explosieven of brandgevaarlijke stoffen vormt een deluge-systeem de beste oplossing. Het werkt op basis van het droge principe, maar besproeit bij detectie van een brandhaard direct een gehele ruimte met grote hoeveelheden water, om overslaan te voorkomen."

Meer informatie: www.firestopholland.nl/
www.blusdirect.nl

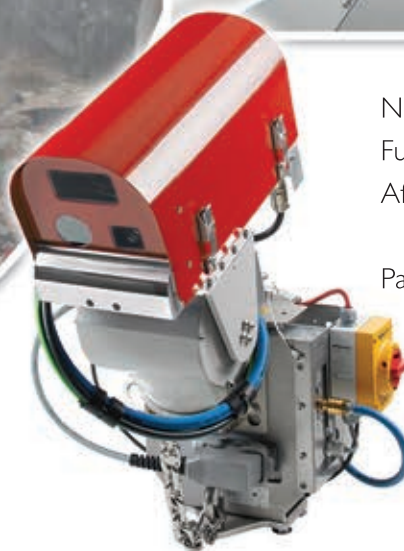
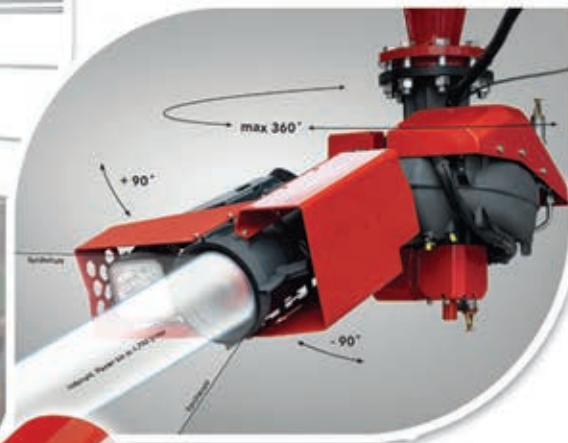
25



Van links naar rechts zijn dat Ernst Dubbink, Radek Pronczuk, André Immink, Maikel Diepeveen.



IR-Camera detectie



Naam: Eef Barendrecht
Functie: Verkoop adviseur
Afdeling: FIRE STOP
Holland
Passies: Brandbestrijding



Probleemstelling bij recyclingbedrijven

Als sprinklerinstallateur hebben wij al diverse sprinklersystemen bij recyclingbedrijven geïnstalleerd. Deze installaties worden gecertificeerd opgeleverd, zodat dit voldoet aan de wensen van een eisende partij.

Als installatiedeskundige denken wij echter dat de recycling branche hun hallen met opgeslagen afval nog veel beter zou kunnen beveiligen.

Een sprinkler, gemonteerd op 10-12 meter hoogte, wordt bij 56-68 graden (als voorbeeld) op deze hoogte aan het dak geactiveerd, in praktijk is dit al 700-800 graden onder in de hal > een vuurmassa bij afval.

Onze oplossing

Met het IGNIS3D IR-cameradetectie systeem wordt de oppervlaktetemperatuur van het afval continue (per 2 minuten) gescand en wordt de temperatuur in elk vlak nauwkeurig gemeten. Hiermee kunnen wij hot spots van 30x30 cm op een afstand van 45 meter nauwkeurig detecteren.

De te detecteren oppervlaktetemperatuur is variabel configureerbaar, zodat een beginnende broeibrand vroegtijdig herkend kan worden. Wanneer de temperatuur de kritische alarmeringszone bereikt, volgt een automatische blussing door middel van Rosenbauer's RM15 of RM35, gedurende 2 minuten.

De infrarood camera van IGNIS3D is uniek in zijn features. De hot spot wordt exact bepaald (3D), de coördinaten voor de blussing uiterst precies berekend zodat de straal uiterst nauwkeurig het gebied treft waar een beginnende temperatuurstijging aanwezig is.



FUTURE-PROOF MET PURCHASE TO PAY OPLOSSINGEN IN DE CLOUD

We maken interessante tijden mee, daar schreef Jan Willem ter Steege al over met als heldere take-away dat flexibiliteit voor iedereen noodzaak is. Of je een flinke groei mocht doormaken, of in de hoek zat waar de klappen vielen, in beide gevallen moet je kijken naar je processen en kunnen omgaan met de nieuwe situatie. 2020 heeft de vinger op de zere plek gelegd van manuele, papier-gedreven processen. Dit bleek met het vele thuiswerken niet meer werkbaar.

Wat je situatie ook is, automatiseren van purchase to pay processen, helpt je om vooruit te komen. Het helpt om met hetzelfde aantal mensen meer gedaan te krijgen, of het werk sneller gedaan te krijgen waardoor je tijd overhoudt voor andere zaken. Om altijd en overal bij je data te kunnen, zeker als je je processen automatiseert met behulp van een cloudoplossing, want dán ervaar je de beste voordelen. Wees voorbereid op de toekomst zodat je tijd overhoudt voor het spotten van kansen om processen verder te optimaliseren, of het verkrijgen van inzicht uit alle data die je

verzamelt, waardoor je de directie van strategisch advies kan voorzien.

Purchase to pay oplossingen in de cloud bieden o.a. deze voordelen:

JE KUNT SNELLER AAN DE SLAG

Een cloudoplossing maakt je minder afhankelijk van je eigen IT-afdeling, dus kan de leverancier sneller aan de slag met implementatie. De implementatie wordt tenslotte gedaan op de omgeving die de leverancier zelf beheert, dus geen extra afspraken en afstemming nodig

met IT die het vaak toch al heel druk heeft.

STARTKOSTEN ZIJN LAGER

In tegenstelling tot een on-premise oplossing, waarbij je de investering grotendeels ineens doet, spreid je bij een cloudoplossing de kosten. Juist nu is dat voor veel organisaties een groot voordeel, je profiteert namelijk wel direct van de (kosten)voordelen die een geautomatiseerd proces met zich meebrengt.

ALTIJD EN OVERAL TOEGANG TOT PROCESSEN EN DATA

Alleen met een cloudoplossing kun je altijd – zolang je toegang hebt tot internet – bij je data, vanaf ieder apparaat. Bij een on-premise oplossing is dit zeker niet altijd het geval, dit hangt af van hoe je eigen IT-afdeling het heeft ingericht.

STABILITEIT EN SCHAALBAAR

Wie te maken heeft met piekbelasting, bijvoorbeeld wegens flinke groei of seizoenseffecten, wil niet steeds hoeven wachten tot een scherm geladen is, software moet altijd even snel reageren. Met een cloudoplossing kan de leverancier pieken waarnemen en daarop reageren, maar ze ook voorspellen. Dit gaat vaak automatisch, nog voor je hinder ondervindt en op zo groeit de oplossing met je mee.

DIRECT DE NIEUWSTE FUNCTIONALITEITEN TOT JE BESCHIKKING

Bij on-premise oplossingen moet je afspraken plannen voor updates en je zal de eerste niet zijn die het uitstelt 'want ik heb nu geen tijd'. Met een SaaS oplossing in de cloud, ontvang je automatische updates, zodra ze beschikbaar zijn.



TUXIS, THE BEST KEPT SECRET IN INTERNET ENGINEERING

‘SOMS IS IETS TE MOOI OM WAAR TE ZIJN, DIT KEER NIET’

Steeds meer bedrijven werken in de cloud. Althans, ze denken in de cloud te werken, stelt Ronald Otto van Tuxis, een bedrijf gespecialiseerd in internet engineering uit Ede. De algemeen directeur van Tuxis merkt dat veel bedrijven niet beseffen welke kostenbesparende mogelijkheden er buiten de gebaande paden van public cloud liggen. “Veel mensen weten niet dat je eenvoudig in een private cloud kunt werken en dat het een veilige én voordelige oplossing is.”

“We zijn bescheiden, maar wat wij bieden is beter dan wat de mainstream levert”, vertelt Ronald met een brede glimlach. Ronald Otto richtte in 2014 met Mark Schouten Tuxis op. Het bedrijf uit Ede heeft klanten door heel Nederland, maar ook in België, Italië, Spanje, Oostenrijk, Duitsland en de Verenigde Staten. “Onze klanten zijn vooral technische bedrijven met een systeembeheerafdeling. We leveren hen de cloudinfrastructuur in onze drie datacenters en zorgen dat deze naadloos schaalbaar en beschikbaar is”

Het onderscheidend vermogen van Tuxis zit volgens Ronald in het volgende: “De oplossing die wij bieden is

bijzonder innovatief. Standaard schrijven wij data van klanten realtime weg naar drie datacenters. Als er één plotseling helemaal uitvalt, is alle data zonder onderbreking beschikbaar via de overige datacenters. Door de innovatie is de inzet van drie datacenters voordeliger dan twee én betrouwbaarder. Bovendien staan die gewoon in Nederland. Klanten willen weten waar hun data naartoe gaat en hoeven bij ons niet te vrezen dat iemand in een onbekend oord in die data zit te graaien. Reguliere oplossingen maken gebruik van hooguit twee datacenters. Het probleem bij twee datacenters is dat er een risico is dat beide live gaan. Data wordt bij concurrenten ook lang niet altijd realtime

weggeschreven in meerdere datacenters. En als dat wel het geval is, gebeurt dat tegen een veel hoger onrendabel tarief. Capaciteitsproblemen los je niet alleen op door een extra zak geld om weer extra capaciteit aan te schaffen. Als je meer data wil beheren moet je vooral een efficiënte infrastructuur organiseren. Daar ligt onze kracht.”

PRIVATE CLOUD

Ronald merkt dat er bij ondernemers nog veel onduidelijkheden zijn omtrent werken in de cloud. “Veel ondernemers weten niet dat ze met hun bedrijf in een private cloud kunnen werken. En dat wij die veilig en tegen een voordelig tarief kunnen leveren. Er zijn mensen die denken dat alles wat ze bestellen bij bijv. Amazon, Google of Microsoft een clouddienst is. Een virtuele server in Azure bijvoorbeeld, draait standaard in één datacenter met een backup naar een tweede. Een naadloze failover vanuit een ander datacenter is een kostbare optie. Per definitie is een cloud pas een cloud als het niet afhankelijk is van één datacenter. Het probleem is alleen dat veel mensen zich nog altijd vertrouwd en veilig voelen bij een grote public cloud leverancier en dat vertrouwen baseren op aannames. Ze denken: zoveel mensen gebruiken het, waarom zou ik dan even verder kijken? En waarom zou ik met een bedrijf uit Ede in zee gaan? Is hun cloud dan echt zo goed? Ja, zeg ik dan. Tegen mensen die het niet geloven, zeg ik: we leggen graag uit hoe wij, dankzij innovatie, een veel voordeligere, veilige en efficiënte cloud realiseren.”

“Elke cloud heeft fysieke servers nodig om de data te verwerken. Die fysieke servers leveren rekenkracht en opslag en staat in datacenters. Als ondernemer is het goed om te weten wat er gebeurt wanneer een datacenter of apparatuur uitvalt. Onze klanten willen grip en overzicht houden. De touwtjes in handen hebben maar zonder het gedoe van eigen infra. Ze willen niet wachten tot iemand wakker is om problemen op te lossen maar zelf in een virtueel datacenter vrij kunnen bouwen en controle houden. En als door inzet van drie actieve datacenters uitval van één datacenter niet meer relevant is, dan is uitval van fysieke servers in één datacenter helemaal geen probleem. Je hoeft dus ook niet voor elk proces in de bedrijfsvoering een andere cloud leverancier te zoeken. Er is maar weinig dat niet in de Tuxis Corporate Cloud kan draaien. De diensten die onze klanten nodig hebben zijn gewoon altijd beschikbaar”, verklaart Ronald.

SLIM WERKEN

Tuxis ontstond na een fusie van de twee bedrijven van Ronald Otto en Mark Schouten. “We zijn allebei datacenter mensen, maar ik ben meer van de commerciële kant en Mark van de technische kant. Onze oplossing met drie datacenters komt voort uit de steeds verder toenemende opslag van data. Dan kun je overal nieuwe harde schijven aanhangen, maar er komt een dag dat snelheid in processen afneemt. En

de kosten lopen op want de oplossing is te licht of te zwaar wat resulteert in een laag rendement. Wij bedachten een concept met de software oplossing die ook gebruikt wordt door het CERN in Zwitserland, waar de deeltjesversneller staat. Er was daar geen dataleverancier die de hoeveelheid data die vrij komt na botsen van atomen aankon. Daar zouden ze tienduizenden harddisks voor nodig hebben en supersnelle schaalbare opslag. Ceph is OpenSource software die normale hardware aanstuurt en die tegen servers zegt: gebruik die disks om de data op te slaan. Dat kan je opschalen tot het oneindige. Je krijgt veel meer rekenkracht en snelheid.”

“Wij bieden oplossingen tegen zo'n lage prijs dat mensen er soms van schrikken. Zo een lage prijs, dan is het vast geen kwaliteit. Het is echter niet goedkoper geworden door kwaliteit in te leveren, maar omdat we eerlijk, slim en innovatief werken. Soms is iets te mooi om waar te zijn, dit keer dus niet. We kijken naar de toekomst en waar de klant behoefte aan heeft. De vraag neemt toe op het gebied van opslag, databases en rekenkracht. Die capaciteit wordt dan weer ingezet voor applicaties, IoT en hosting. Daarvoor bieden we op meerdere vlakken onze service en expertise aan. Zelfs bij jongeren in de regio. Met een paar man hebben we in Cultura in Ede een 'coderdojo' georganiseerd. Daar kunnen scholieren met hun laptop kennismaken met programmeren. Het aantal technici wordt steeds minder en dus ook het aantal mensen dat snapt waar mooie mogelijkheden in ons vakgebied liggen. Als Tuxis helpen wij bij het opzetten van een cloudinfrastructuur die innovatief, snel, veilig, efficiënt en als gevolg, kostenbesparend is”, besluit Ronald.

HIGH-END OPLOSSINGEN VOOR AMBITIEUZE BEDRIJVEN

Virtual Private Server

Maak gebruik van de cloud capaciteit van Tuxis. Data wordt weggeschreven in drie datacentra in Nederland en de klant beheert alles centraal via één portaal in de browser.

Dedicated Proxmox Server

Een virtueel datacenter voor een vast bedrag per maand. De capaciteit staat exclusief voor de klant ter beschikking en die heeft optimale vrijheid in de configuratie van de cloud.

Tuxis Corporate Cloud

De best mogelijke, high-end cloudinfrastructuur. Geen downtime, hoogste beschikbaarheid, naadloze groei van storage én ultieme vrijheid in de inrichting van de infrastructuur.

Tuxis Corporate Cloud Edge

Dezelfde high-end, fully managed, hardware onafhankelijke cloudinfrastructuur als met een TCC, maar dan op een locatie naar keuze.

Geïnteresseerd in de diensten van Tuxis Internet Engineering? Neem een kijkje op www.tuxis.nl





WHOA: MEER RUIMTE OM FAILLISSEMENT TE VOORKOMEN

Op 1 januari 2021 trad de Wet Homologatie Onderhands Akkoord (WHOA) in werking. Het doel van de WHOA is het versterken van het reorganiserend vermogen van ondernemingen die vanwege een te zware schuldenlast insolvent dreigen te raken, maar beschikken over bedrijfsactiviteiten die nog wel levensvatbaar zijn.

Daarnaast kan de WHOA worden toegepast in de situatie waarin een onderneming, die geen overlevingskansen meer heeft, moet worden afgewikkeld. Die afwikkeling kan dan gecontroleerd plaatsvinden door middel van een akkoord buiten faillissement, wanneer dat een beter resultaat oplevert dan met een afwikkeling in faillissement.

Een nieuwe wet roept veel vragen op, ook voor ondernemers. Chris Tijman van Van Veen Advocaten uit Ede beschrijft voor ons de aanleiding en het doel van de WHOA, welke hoofdrolspelers betrokken zijn en of de procedure open of besloten is.

WAT IS DE AANLEIDING DAT DE WHOA IN WERKING IS GETREDEN?

Tijman: "In de huidige situatie is het met name bij ondernemingen met enige omvang gebruikelijk dat bij financiële problemen door het bestuur adviseurs worden benaderd, waarmee wordt gezocht naar een oplossing. Een dergelijke oplossing kan dan daarin

bestaan dat schuldeisers wordt verzocht akkoord te gaan met uitstel van betaling, gedeeltelijke kwijtschelding van uitstaande vorderingen of omzetting van vorderingen in aandelenkapitaal. Dergelijke voorstellen worden - zolang er geen sprake is van een surseance van betaling of faillissement - beheerst door het algemene vermogensrecht. Dat betekent dat schuldeisers in beginsel aanspraak kunnen maken op volledige betaling van hun vordering. Schuldeisers hoeven niet in te stemmen met een voorgestelde oplossing. Slechts onder zeer bijzondere omstandigheden (zoals bijvoorbeeld misbruik van bevoegdheid op grond van artikel 13 van boek 3 van het Burgerlijk Wetboek) kan een schuldeiser worden gedwongen om aan een aangeboden akkoord mee te werken. Wanneer de oplossing voor de financiële problemen wordt gezocht in het aantrekken van nieuw kapitaal, wordt aan aandeelhouders gevraagd om het doen van een aanvullende investering of om in te stemmen met de uitgifte van nieuwe aandelen. Ook dan geldt dat de aandeelhouders in principe vrij zijn om wel of niet mee te wer-

ken. Zij kunnen ook niet worden gedwongen om in te stemmen met de uitgifte van nieuwe aandelen. Dat betekent dus dat een onwillige schuldeiser of aandeelhouder een regeling kan blokkeren. Het voorgaande maakt dat de praktijk dringend behoefte heeft aan een werkbare akkoordregeling buiten faillissement. Een regeling waarbij een onwillige schuldeiser of aandeelhouder kan worden gedwongen om mee te werken.”

WAT IS HET DOEL VAN DE WHOA?

“Het belangrijkste doel van de WHOA is het versterken van het reorganiserend vermogen van ondernemingen die vanwege een te zware schuldenlast insolvent dreigen te raken, maar wel beschikken over bedrijfsactiviteiten die nog levensvatbaar zijn. Daarnaast kan de WHOA worden toegepast voor de gecontroleerde afwikkeling van een onderneming door een akkoord buiten faillissement. Volgens de wetgever beoogt de WHOA op geen enkele wijze afbreuk te doen aan de bestaande praktijk van buitengerechtelijke herstructureringen. De bedoeling van de WHOA is dat de huidige minnelijke sanerings- en herstructureringstrajecten worden versterkt en dat het dwangakkoord uit de WHOA slechts als uiterst redmiddel wordt ingezet.”

WIE ZIJN DE HOOFDROLSPELERS BIJ DE WHOA?

“Een schuldenaar kan het traject voor het tot stand brengen van een akkoord zelf in gang zetten. De schuldenaar moet wel een onderneming drijven. Het maakt niet uit in welke rechtsvorm de schuldenaar de onderneming drijft. Dat betekent dat in principe natuurlijke personen die een onderneming drijven ook gebruik kunnen maken van de WHOA. Indien de schuldenaar een besloten vennootschap betreft, geldt dat voor aanbidding van het akkoord geen toestemming van aandeelhouders noodzakelijk is. Dat geldt ook indien de statuten van de vennootschap anders bepalen. De schuldenaar blijft ove-

rigens gedurende het gehele WHOA-traject volledig beheers- en beschikkingsbevoegd.”

“Verder kunnen ook schuldeisers, aandeelhouders of een eventueel binnen de onderneming ingestelde Ondernemingsraad of personeelsvertegenwoordiging het traject voor het tot stand brengen van een akkoord in gang zetten door de rechter te vragen om aanwijzing van een herstructureringsdeskundige.”

“Een herstructureringsdeskundige is een onafhankelijke, onpartijdige derde die, na benoeming door de rechtbank, de mogelijkheid voor de aanbidding van een akkoord onderzoekt en die, als daarvoor reden bestaat, een akkoord aanbiedt. De kosten van de herstructureringsdeskundige worden betaald door de schuldenaar of door de schuldeisers.

“De bedoeling van de WHOA is introductie van een procedure waarbij zoveel mogelijk wordt voorkomen dat onnodig een beroep wordt gedaan op de rechtbank, terwijl anderzijds voldoende rechterlijke waarborgen aanwezig zijn voor een regeling die tegemoet komt aan de belangen van alle partijen. Dat betekent dat de rechtbank in beginsel tot het moment waarop een verzoek tot homologatie (“goedkeuring”) van een akkoord wordt ingediend, niet of nauwelijks betrokken hoeft te zijn.”

“Een observator kan op verzoek van betrokkenen (zoals aandeelhouders en schuldeisers) of ambtshalve door de rechtbank worden benoemd om advies te geven over het al dan niet slagen van het voorgenomen akkoord en de homologatie daarvan. De observator kan ook de voortgang van het WHOA-traject bewaken. Indien al een herstructureringsdeskundige is benoemd, is de benoeming van een observator niet aan de orde.”



FLEXIBELE KADERREGELING

Van belang is nog dat de WHOA is ingericht als een flexibele kaderregeling. Dat betekent dat partijen zoveel mogelijk de ruimte wordt geboden om in goed overleg te komen tot een akkoord dat is toegesneden op specifieke omstandigheden van het geval. De betrokkenheid van de rechter is daarbij – zoals gezegd – beperkt.

Pre-insolventie criterium

Om een akkoord te kunnen aanbieden moet de schuldenaar voldoen aan het zogenoemde ‘pre-insolventie criterium’. Dat betekent dat er sprake is van een ‘toestand waarin redelijkerwijs aannemelijk is dat de schuldenaar niet met het betalen van zijn schulden zal kunnen voortgaan’.

Inrichting akkoord

Er bestaat grote vrijheid bij de inrichting van het akkoord. Het akkoord kan zien op het verminderen van de vordering, het hanteren van een langere betalingstermijn of de omzetting van de vordering in eigen vermogen. Het kan ook worden gericht op slechts een deel van de schuldeisers of enkel op de financiers. Het akkoord hoeft slechts aan de partijen van wie de rechten worden gewijzigd ter goedkeuring te worden aangeboden.

Het aanbieden van een akkoord onder de WHOA is maatwerk. Vooral belangrijk is dat je niet te lang wacht met een dergelijk traject. Je hebt dan nog ruimte om te handelen.

Wil je nog meer informatie over de WHOA? Neem dan contact op met Chris Tijman of één van de andere advocaten uit de sectie ondernemingsrecht van Van Veen Advocaten uit Ede. Mail naar info@vanveen.com of bel 0318 – 68 78 78.





EERLIJKE CONFECTIE EN DUURZAAMHEID VINDEN ELKAAR IN EDE

FABRIEK FRIS WERKT AAN EEN BETERE WERELD

Fabriek Fris ging een jaar geleden van start met als doel eerlijke confectie in eigen land te maken en werk te bieden aan statushouders. Met succes, maar dat betekent niet dat Fabriek Fris zich geen nieuwe doelen meer stelt. Duurzaamheid is eveneens belangrijk, want een lap textiel of een kledingstuk kan nog best een nieuw product worden. Hoe? In samenwerking met de Universiteit Wageningen doet het hier onderzoek naar.

Over de manier van werken in de internationale kledingindustrie kan veel gezegd worden en dat is zelden positief. Bedrijven kiezen ervoor hun collecties goedkoop te laten produceren in lage lonen landen waar mensen onder soms erbarmelijke omstandigheden hun werk doen. En is de kleding afgedragen of hebben we er gewoon genoeg van, dan eindigt de levenscyclus ervan doorgaans in de vuilnisbak. Maar dit is niet hoe Fabriek Fris te werk gaat. Het kan ook anders.

De stichting Fabriek Fris werd een jaar geleden opgezet door Rosan van Boven, Kim Bijvank en Moniek Overmars. Met hun opleiding en ervaring op het gebied van kleding en textiel vestigden zij Fabriek Fris in Ede, om zich in te zetten voor het inspireren, innoveren en

creëren van eerlijke confectie. Fabriek Fris doet dit door te werken met vluchtelingen met een verblijfsstatus. Via een leer-werktraject dat namens de gemeenten Ede en Veenendaal wordt aangeboden, hebben op dit moment acht statushouders een baan bij Fabriek Fris.

LEUKE WISSELWERKING

De manier van werken bij de Fris Fabriek zorgt ervoor dat statushouders beter hun weg vinden in de Nederlandse samenleving. De stichting begeleidt ze hierbij op verschillende manieren. "Ze krijgen Nederlandse les, want er werken hier ook stagiaires dus op de werkvloer wordt Nederlands gesproken. Op deze manier leren ze veel beter de taal waardoor ze veel meer kansen hebben om

werk te vinden in Nederland”, vertelt Rosan van Boven. “Daarnaast dragen we bij aan hun zelfredzaamheid. Als mensen hier komen, is er heel veel onduidelijk voor ze. Hoe verzeker je je en hoe koop je een treinkaartje? Dingen die heel normaal zijn voor wie in Nederland is geboren, zijn dat voor hun helemaal niet.” Het werk voor Fabriek Fris vergroot bovendien hun gevoel van eigenwaarde. “Sommige mensen zitten al heel lang thuis en vinden het fijn als ze weer iets kunnen toevoegen aan de maatschappij. Dat je weet: ik doe ertoe.”

Anderzijds kunnen wij ook veel leren van de medewerkers met een verblijfs-status. De productie van confectie vindt nog zelden in Nederland plaats

waardoor de kennis op dit gebied verloren is gegaan. Rosan van Boven: “De kennis is niet echt meer aanwezig in Nederland, terwijl onder statushouders juist mensen zijn met veel ervaring, sommigen hebben zelfs al twintig, dertig jaar ervaring op zak. Toen wij daar achter kwamen, dachten we: Wow! Wij kunnen ontzettend veel van deze mensen leren. Dat is voor ons interessant. Het is een hele leuke, wisselwerking.”

DUURZAAMHEID

Klanten die door Fabriek Fris hun collecties laten maken, hebben met elkaar gemeen dat ze duurzaam willen zijn. Toch viel al snel op dat de kennis gering is. “Toen we startten bleek dat

zelfs bij merken waar we voor werken een heel stuk kennis ontbreekt omtrent textiel. Duurzaam is zo’n basaal woord, dat niemand eigenlijk meer weet wat het betekent”, zegt Rosan van Boven, die besloot mensen op dit gebied iets bij te brengen. “Ik heb veel verstand van textiel en verzorg daarom nu ook trainingen. Zo kunnen we niet alleen mensen helpen, maar nog meer impact maken door uit te leggen wat duurzaamheid eigenlijk is en hoe je het aanpakt om duurzaam te werken.” Fabriek Fris deelt echter niet alleen kennis, maar leert zelf ook graag van anderen. Zo werkt het op dit moment samen met de Universiteit Wageningen in een onderzoek naar de mogelijkheden voor recycling en upcycling van textiel. Rosan van Boven: “Mijn kennis van textiel is best technisch en het is voor hen heel interessant dat er iemand is die alles weet van garens en densiteiten. Aan de andere kant weten zij alles van grondsoorten, ze weten wat recyclebaar is en hoe je grondsoorten weer kunt losmaken. Hoe maak je van katoen pulp en van pulp weer een product? Er zit daar ontzettend veel kennis. De vertaalslag naar een product kan ik aan bijdragen. Dat is een hele mooie wisselwerking.”

RECYCLEN OF UPCYCLEN

Naast het bijdragen aan onderzoek met de Universiteit Wageningen, houdt Fabriek Fris zich nu ook al bezig met recyclen en upcyclen. Een goed voorbeeld is de samenwerking die het heeft met een grote wasserij in Nederland. Die levert textiel waar een gaatje of defect in zit aan Fabriek Fris, die er vervolgens kokskleding van maakt en dit weer verkoopt aan de wasserij die het op zijn beurt verhuurt aan restaurants en hotelketens. Een vergelijkbare samenwerking is er met restaurants en hotels. “Heel veel restaurants en hotels huren het linnengoed van wasserijen. Als er een defect in een tafelkleed zit, kunnen ze er niks meer mee. Maar het is vaak hoogwaardig textiel. Daar kunnen wij wél wat mee.”

In samenwerking met de Universiteit Wageningen is Fabriek Fris op zoek naar andere chains die in aanmerkingen komen voor upcycling en recycling, maar dat is niet zo eenvoudig als het lijkt. Rosan van Boven: “Heel veel textiel is niet herbruikbaar of is echt versleten, maar we willen ervoor zorgen dat het binnen dezelfde groep blijft en dat niet wordt gedowncycled tot bijvoorbeeld isolatiemateriaal. Dan is het uit de keten en heb je er geen zicht meer op. Dan is het echt klaar. We moeten selecteren wat bruikbaar is en als je er echt niks meer mee kan, kan het altijd nog een hanger, een fashion accessoire of een knoop worden. Alles kan nog iets worden. Dat is het doel.”





Bescherm uzelf en uw omgeving!



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

Hygiënisch reinigen

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

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

Desinfecteren

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

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

Wilt u meer informatie of direct bestellen?



+31 (0)183 - 62 17 99

WWW.TEVAN.COM



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

Gratis advertentie

Mama, hoe word ik dokter?

Een uniform, een schrift en een plek in de klas. Het antwoord kan simpel zijn. In Zuid-Afrika leven veel kinderen in ernstige armoede. Hun moeder kan hun vragen niet beantwoorden.

Gelukkig zijn er de MAMAS.

Sterke, lokale vrouwen die de meest kwetsbare kinderen dagelijkse zorg, veiligheid en liefde bieden.

Steun de MAMAS.
Ga naar www.kinderfondsmamas.nl





Jolanda van Soest
 Directeur BVS Sociaal Metaal
 BVS Sociaal Metaal
 Bobinestraat 69
 3903 KE Veenendaal
 Tel: 0318 265 190
 Email: info@bvs-sociaalmetaal.nl

SOCIAAL ONDERNEMEN IS EEN VAK APART

Voor wie mij nog niet kent; ik ben Jolanda van Soest, van BVS Sociaal Metaal in Veenendaal. Wij zijn gespecialiseerd in metaalbewerking. Denk daarbij aan het lassen, knippen, zetten, en boren van metalen onderdelen tot halffabricaten of eindproducten. Alle werkzaamheden worden uitgevoerd door mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Wellicht ben je ons bedrijf al eens tegengekomen in Vallei Business. Onlangs nog werd er een mooi artikel gewijd aan BVS Sociaal Metaal. Wij haalden toen, als eerste metaalbewerkingsbedrijf in Nederland, de PSO 30+ certificering. Een mooie erkenning van TNO die aangeeft dat minimaal 30% van de medewerkers een afstand tot de arbeidsmarkt heeft én dat wij voldoen aan de eisen die gesteld worden aan de hoogste trede van de Prestatie Ladder Socialer ondernemen. Dat betekent dat wij onze collega's opleiden tot volwaardige metaalbewerkers, in een veilige werkomgeving, waar in ze op hun eigen tempo leren en zichzelf ontwikkelen. Door de PSO 30+ certificering voldoen wij ook aan de Aanbestedingswet. Dit houdt in dat vooral overheden werk aan ons kunnen voorbehouden. Dat is niet alleen heel mooi voor onze collega's, maar biedt ook commerciële kansen.

De titel van deze column zegt het al; sociaal ondernemen is een vak apart. Het leiden van een sociale onderneming brengt andere uitdagingen met zich mee, dan voor ondernemers van een regulier werkbedrijf. We hebben een zeer divers team. Denk bijvoorbeeld aan mensen met autismestoornissen en mensen met een lichamelijke of psychische kwetsbaarheid. Eigenlijk is iedereen, die het moeilijk heeft op de arbeidsmarkt, welkom bij ons. Dus ook mensen met leerproblemen, een taalachterstand of die laaggeletterd zijn. Daarom is er bij ons extra aandacht voor werkplekbegeleiding en jobcoaching. Maar ook onze werkprocessen wijken af van die binnen een regulier werkbedrijf. Omdat er op dit gebied voor veel ondernemers nog weinig bekend is, neem ik jullie graag, de aankomende 6 uitgaves van Vallei Business, mee in de wereld van sociaal ondernemen. Ik hoop hiermee kennis over te brengen, vragen te beantwoorden en andere ondernemers te inspireren om ook te kijken naar mogelijkheden om mensen met een afstand op de arbeidsmarkt aan het werk te helpen én te houden.

Ik zie iedere dag wat werken voor mijn collega's betekent. Ze komen onder de mensen, hebben een vast ritme, ze leren een vak en krijgen steeds meer zelfvertrouwen. Dat werkt ook door in de privé-situatie. En dat is mooi, want daardoor wordt de druk op sociale instanties vaak ook verminderd. Uiteindelijk is BVS Sociaal Metaal ook gewoon een specialist in metaalbewerking die hoogwaardige producten levert. En op deze manier kunnen wij bijdragen aan hun deelname in de maatschappij. Ik weet zeker dat er bij nog veel meer ondernemers mogelijkheden zijn, om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt bij hun bedrijf te betrekken. Daar zet ik me dagelijks ook graag voor in en ik hoop dat je na het lezen van columns ook overtuigd bent van deze mooie missie. Want iedereen telt mee!



HYBRIDE WERKEN WORDT DE NORM

GAMECHANGER VOOR MOBILITEIT?

Nu corona onder controle lijkt, verwachten sommigen dat we weer en masse de kantoorwerkplek opzoeken. Anderen denken dat werken op afstand een beslissende doorbraak heeft beleefd. Bestaat het kantoor zoals wij dat kennen straks nog? En zijn alle geplande investeringen in infrastructuur wel nodig?

Data-analist en ingenieur Tomas Pueyo maakte vorig jaar naam met zijn visie op de bestrijding van het coronavirus. Wereldwijd lazen tientallen miljoenen mensen artikelen zoals *The Hammer and the Dance*, waarin hij al in maart 2020 pleitte voor een strenge lockdown. Mark Rutte bleek onder de indruk en verzocht minister De Jonge zelfs om het artikel te laten valideren buiten de RIVM om. Ook Joe Biden en zijn team lieten zich door Pueyo adviseren.

ERGERNIS EN AFLEIDING

Op het platform *Uncharted territories* (onbekende gebieden) deelt Pueyo zijn visie op tal van onderwerpen. Zo analyseert hij in *Remote work is inorexable* de toekomst van werk. Pueyo denkt dat in ontwikkelde landen 30 tot 50% van de banen op afstand kan worden ingevuld. Maar willen werknemers dat ook? Zeker, interactie met collega's op kantoor bevordert de creativiteit en is sociaal waardevol. Maar het kantoor is ook een plek



waar je je kunt ergeren, meetings nodeloos lang duren en afleiding altijd op de loer ligt. Ook kost het vaak veel tijd om de fysieke werklocatie te bereiken. Op basis van onderzoek van onder meer van PwC, Slack en Flexjobs stelt Pueyo dat zo'n 30% van de kenniswerkers geheel op afstand wil werken. Ongeveer 5% geeft de voorkeur aan een volledige kantoorbaan. De rest kiest voor een mix. Een hybride vorm is dus het favoriete toekomstbeeld van werknemers.

TOEGANG TOT TALENT

Voorkeuren en verwachtingen van werkgevers zijn divers. Sommige CEO's willen snel terug naar *business as usual*; iedereen op

kantoor. Ook zijn er voorbeelden van bedrijven die fysieke huisvesting vaarwel hebben gezegd en prima zonder blijken te kunnen. Pueyo maakt onderscheid tussen gevestigde bedrijven en nieuwkomers. De eerste groep heeft belang bij het handhaven van de status quo en is daarom terughoudend om grootschalig op afstand werken toe te staan. Voor nieuwkomers is het juist een manier om toegang te krijgen tot talent. Immers, startups hebben meestal niet de middelen om de huisvesting en faciliteiten van gevestigde bedrijven te evenaren. Door werken op afstand ruimhartig te faciliteren, kunnen ze toch personeel aan zich binden.

OEKAZE HERZIEN

Als het merendeel van de gekwalificeerde medewerkers op afstand wil werken en startups die mogelijkheid bieden, zullen deze bedrijven een bovengemiddeld deel van het beschikbare talent aantrekken. En zo hun concurrentiekracht versterken. De gevestigde orde heeft geen andere keus dan te volgen, stelt Pueyo. Hij noemt het voorbeeld van Google, toch beschouwd als een aantrekkelijke werkgever. Aanvankelijk werden medewerkers van de techreus verordonneerd om terug te keren naar kantoor. Al na twee weken moest Google deze oekaze herzien; de weerstand was te groot. Als een miljardenbedrijf met waarschijnlijk de gaafste kantoren ter wereld medewerkers niet kan overtuigen daar te werken, hoe moeten andere bedrijven deze strijd dan winnen?

ALS BEDRIJVEN WAAR MENSEN MEER OP AFSTAND WERKEN PRODUCTIEVER ZIJN, ZULLEN ZIJ MARKTAANDEEL WINNEN

GOEDKOPER EN PRODUCTIEVER

Productiviteit is een andere cruciale factor die bepaalt of grootschalig op afstand zal worden gewerkt. Pueyo onderscheidt daarbij twee elementen: toegevoegde waarde en kosten. Op huisvesting en reiskosten kan bij werken op afstand aanzienlijk worden bespaard. En de toegevoegde waarde? Uit onderzoek door verschillende bedrijven blijkt de productiviteit bij werken op afstand 15 tot 40% hoger te liggen. Ook medewerkers zijn positief. Er is minder uitval en afwezigheid. En omdat de reistijd afneemt, kunnen ze meer tijd besteden aan hun job.

Als bedrijven waar mensen meer op afstand werken productiever zijn, zullen zij marktaandeel winnen. Net als bij de strijd om talent zullen andere bedrijven moeten volgen

GEPASSEERD STATION

Conclusie van Pueyo: het merendeel van de stakeholders ziet substantiële voordelen bij werken op afstand. Het kantoor zoals we dat

kennen is daarom een gepasseerd station, stelt hij. Een aanzienlijk deel van het werk zal in de toekomst op afstand plaatsvinden. Deze verwachting sluit aan bij die van Nederlandse werkgevers. Uit gezamenlijk onderzoek van ondernemersnetwerken blijkt dat veel bedrijven denken dat hun personeel nog maar twee tot drie dagen op kantoor zal werken.

FILEZWAARTE

Wordt dit hybride werken een gamechanger voor mobiliteit? Uit verschillende onderzoeken blijkt dat een afname van autoverkeer met 10 tot 20% voldoende is om files substantieel terug te dringen. Door spitsmijden financieel te belonen, werd tien jaar geleden het verkeer bij een proef op de Nijmeegse Waalbrug met 8% teruggedrongen. Dat leidde tot aanzienlijk minder files bij deze destijds beruchte bottleneck. De lockdown zorgde vorig jaar voor zo'n experiment op nationale schaal. Zonder beloning maar met vergelijkbare resultaten. De 8% van Nijmegen werd in september 2020 ook gehaald ten opzichte van een jaar eerder. Over heel vorig jaar nam de filezwaarte – lengte maal duur van alle files – met ruim 60% af.

TERUG NAAR HET OV?

Naast het beperkende effect van verplicht thuiswerken was er ook een tegengestelde ontwikkeling. Voor mensen die wel op weg gingen, was het ov vaak geen aantrekkelijk alternatief. Zij kozen liever voor de 'veilige' auto. Als corona onder controle is, zal een deel van deze reizigers weer overstappen naar het ov. Het autoverkeer neemt hierdoor af. De mate waarin is echter lastig te voorspellen. Per 14 juni heeft de NS weer een normale dienstregeling. Maar president-directeur Marjan Rintel gaf in het FD aan dat het nog jaren zal duren voordat reizigersaantallen weer op het niveau van topjaar 2019 liggen.

PIEKMOMENTEN

Dat de verwachte stijging van thuiswerken op bepaalde dagen zorgt voor 10% minder autoverkeer lijkt realistisch. De filedruk neemt dan substantieel af. Maar er zullen ook momenten zijn met dezelfde of wellicht zelfs meer drukte op de weg. Dinsdag en donderdag zijn nu al favoriete werkdagen met veel verkeer. Als medewerkers elkaar op vaste dagen op kantoor willen treffen, zullen deze piekmomenten zeker niet minder druk worden.

ADEMPAUZE

Vraag is wat de gevolgen van hybride werken zijn voor de benodigde capaciteit van het wegennet. Zijn alle voorgenomen uitbreidingen nog wel nodig – denk bijvoorbeeld aan de omstreden verbreding van de A27 bij Amelisseweerd? Doen alsof corona geen impact heeft en alle eerdere besluiten ijzerenheinig uitvoeren, is niet verstandig. Wat is mis met een adempauze, een tijdelijke pas op de plaats om uit te vinden hoe het nieuwe normaal eruitziet qua werklocaties en mobiliteitsgedrag? Op basis van deze kennis kan dan gericht worden geïnvesteerd.



ZO WORD JE AANTREKKELIJKER VOOR KLANTEN

Is er een snelle en relatief eenvoudige manier om meteen je aantrekkingskracht op (potentiële) klanten te vergroten? Ja, en ik ga je die nu laten zien, of beter gezegd laten ervaren. Want al je zintuigen komen hierbij in actie.

ABSTRACTE PRIETPRAAT

Dit artikel vraagt een leestijd van amper vijf minuten en die kunnen je inzicht in hoe je klanten benadert, interesseert én overtuigt voorgoed veranderen. En een mooie bijvangst is dat het meteen einde oefening is voor alle abstracte prietpraat die je vaak aan de managementtafel hoort. De verhalen over missies, visies en strategieën. Meestal blijven die beperkt tot containerbegrippen zonder betekenis en bezieling. Zoals De klant centraal. Of: *Wij streven naar zelfsturing en een betere interne en externe communicatie, om zo de co-creatie met onze stakeholders naar een hoger niveau te brengen.*

VALKUIL

Word jij hier als lezer warm of koud van? Precies. Maar hoe dan wel? Wat maakt dat er straks wél iets gevoeld wordt als het over een missie of een visie gaat? De vaste lezers van mijn artikelen weten dat ik het vaak heb over menselijk gedrag en de oorsprong van dat gedrag. Die zit letterlijk in onze natuur, namelijk in ons brein. Mijn stelling is daarom: een ondernemer, manager of projectleider die niet een heel klein beetje kennis heeft van menselijk gedrag of neurowetenschap doet zichzelf en het bedrijf tekort. Want dan trap je al snel in een grote valkuil. Welke dat is ga ik je zo vertellen.

BANANENEXPERIMENT

Eerst een kleine oefening. Mijn inmiddels beproefde 'Bananenexperiment'. Lees de onderstaande twee teksten. Afkomstig van twee verkopers die jou een banaan proberen te verkopen. De vraag die ik je na afloop wil stellen is dan: welke verkoper jou het meeste aan en waarom?

Verkoper A.

"Ik ben al achttien jaar actief in de bananenbusiness en heb daarvoor de hele wereld rondgereisd. Het is echt mijn passie. Ik en mijn team bedienen vooral de kleine en middelgrote supermarkten en we kunnen dagelijks heel voordelig bananen leveren van de allerbeste kwaliteit, omdat we een goed netwerk hebben en beschikken over de meest geavanceerde logistieke middelen. Wij werken kleinschalig en hebben korte

lijnen met onze leveranciers en klanten. Ook hebben we hele efficiënte methoden om de lokale oogst in een korte tijd te kunnen doen. Zo krijg je maximale versheid razendsnel in de schappen. Wil je één van onze bananen kopen? Deze kost slechts 30 cent. Als je meteen een kilo afneemt betaal je 90 cent."

Verkoper B.

"Drie jaar geleden ben ik in Colombia gestart met een project, waarbij ik kansarme mensen aan een beter bestaan wilde helpen. Eén van hen was Alberto. Toen ik hem leerde kennen woonde hij in een krottenwijk van Bogotá, was hij verslaafd aan harddrugs en net gescheiden. Zijn kinderen wilden hem niet meer zien. Alberto kreeg in het project een strook grond van tien bij vijftien meter ter beschikking. Zijn droom was om fruit te verbouwen. Ik ben er trots op dat ik je nu een banaan mag aanbieden, afkomstig van zijn stukje land. Gerijpt onder de Zuid-Amerikaanse zon, zoeter dan de meeste andere bananen en rijk aan gezonde vitaminen en mineralen. Hier, ruik maar eens en kijk naar die prachtige kleur. De banaan kost 90 cent en de helft ervan gaat naar Alberto."

Het is nu misschien een retorische vraag geworden maar toch: wiens banaan zou jij kopen en waarom?

WAAROM

Het bananenexperiment laat zien waar veel bedrijven en instellingen de mist ingaan, op het moment dat ze hun (potentiële) klanten benaderen en proberen te overtuigen van hun producten of diensten. Zij vertellen vooral wat ze doen en hoe ze dat doen (zoals verkoper A) maar niet of nauwelijks waaróm ze het doen (zoals verkoper B).

Wat er dan gebeurt, is dat ze vooral het bewuste deel van het brein van de klant aanspreken. Een strategie die niet zo goed werkt, omdat het bewuste deel van het brein meestal niet de beslisser is, als we een keuze maken. De echte beslisser is in de meeste gevallen namelijk het onbewuste deel van ons brein, oftewel het oerbrein. In dit deel worden onder meer onze emoties gereguleerd. Achteraf zorgt het bewuste deel van ons brein ervoor dat we de onbewust

gemaakte keuze wel kunnen rechtvaardigen met argumenten.

Moraal van het verhaal: als je de klant niets laat 'zien' en voelen bij jouw boodschap is de kans op succes klein. Verkoper B haalt de banaan, op zichzelf een anoniem product, uit die anonimiteit door het verhaal van Alberto te vertellen. Zo krijgt het product context en betekenis. Je gaat er iets bij voelen.

SPREEK IN BEELDEN

Wat is dus die snelle en eenvoudige methode om aantrekkelijker te worden voor jouw (potentiële) klanten? Spreek, elke keer als je het hebt over je missie, vooral nog in beelden. Roep daarmee gevoelens op bij je klanten. Laat de betekenisloze containerbegrippen achterwege.

Geef de klant context (zoals de armoedige omstandigheden van Alberto in Bogotá en zijn uitzichtloze situatie van drie jaar geleden), illustreer je missie en je visie met beelden die bijna tastbaar zijn (zoals de zoete banaan waarvan je de geur meteen mentaal kunt oproepen) en maak het persoonlijk. Verkoper B is er op die manier wellicht in geslaagd om jou een band te laten voelen met Alberto. Ons onderbewuste is erg gevoelig voor beelden en emoties. De manier waarop jij je missie en visie als bedrijf presenteert bepaalt daarom of je dat onderbewuste weet te verleiden of te verliezen. Kortom: gaan met die banaan!

OVER DE AUTEUR

Gian Kerstges is schrijver, trainer en coach. Hij laat leidinggevendenden ontdekken hoe ze innovatie op gang brengen en hun team laten groeien, zonder dat ze het daarbij zelf nóg drukker krijgen. Een hogere kwaliteit, betere samenwerking en meer werkplezier kunnen daarbij prima samengaan. Want het gaat om een paar baanbrekende inzichten en keuzes. Gian schreef er een boek over: de Moedige Manager, gepubliceerd in mei 2020. Meer weten?

Kijk op www.optimusprime.nl



CMC BEDRIJFSMAKELAARS BEDIENT REGIO'S VALLEI EN UTRECHT MET OPLOSSINGSGERICHTE AANPAK

ACTIEF EN CREATIEF

Vraag en aanbod vinden elkaar niet altijd even makkelijk in de wereld van vastgoed. Juist daar bewijst CMC Bedrijfsmakelaars zijn toegevoegde waarde, met kennis van de markt in aansluitende regio's, een netwerk, een actieve aanpak en een creatieve benadering. "De oplossing voor een huisvestingsvraagstuk zit soms in een onverwachte hoek," verklaart makelaar-taxateur Vincent Bosman.

Volgens collega Sam van de Sluis zit CMC Bedrijfsmakelaars boven op de markt. "Wij stellen ons erg actief op en maken volop gebruik van marketinginstrumenten, zoals sociale media. Ook gaan we al vroegtijdig met acquisitie aan de slag als we weten dat er een pand voor verkoop of verhuur beschikbaar komt. Nog voordat de opdracht getekend is, denken wij alvast na over kandidaten met wie het zou kunnen matchen. Dan peilen we niet alleen de interesse bij ondernemers die in ons bestand zitten, maar soms ook bij bedrijven in de directe omgeving. Zo blijf je in feite vóór de markt. Daarmee maximaliseren we de kansen voor onze opdrachtgevers die een pand willen verhuren of verkopen en bedienen we

tegelijktijd snel en adequaat de partijen die naar huisvesting zoeken. In onze optiek mag je zo'n actieve houding van een moderne makelaar verwachten."

NIEUWE INZICHTEN

De wereld van onroerend goed is voortdurend in beweging en vraagt ook om creativiteit, zo geeft Vincent aan. "Een klant denkt vaak vanuit zijn eigen referentiekader. Neem een klant die een zoekopdracht plaatst voor een kantoor van 300 vierkante meter, waar hij twaalf werkplekken wil creëren. Wanneer hij nu is gevestigd in een monumentaal pand, dan heeft hij in een modern gebouw minder wellicht minder ruimte nodig, door de efficiëntere indeling.

In zo'n geval bekijken wij de mogelijkheid of dat binnen 200 vierkante meter te realiseren valt. Dat kan door het aantal gangzones te verminderen of slim om te gaan met vergaderruimtes die gemiddeld slechts tien procent van de tijd worden gebruikt. Wij werken onder meer samen met architecten die een idee kunnen schetsen op basis van het eisenpakket. Als je het visualiseert, ontstaan er vaak nieuwe inzichten. Hoe mooi is het als we de opdrachtgever een besparing in maandelijkse lasten weten te bieden door zijn wensen te verwerken in een compactere ruimte? Kortom, meedenken, ook al hebben we een kantoor van 300 vierkante meter in ons aanbod."

VIDEO'S

CMC Bedrijfsmakelaars is ook vernieuwend waar het gaat om het in beeld brengen van objecten. Sam: "In de coronatijd, die fysieke bezichtigingen lastig maakte, besloten we om korte video's op te nemen die een ruimte in beeld brengen. We geven er een persoonlijk tintje aan en attenderen de kijker op de mogelijkheden. Het wekte dusdanig positieve reacties op, dat we het erin houden. Het verlaagt de drempel om op locatie te komen kijken en geeft geïnteresseerden een goed beeld van het object. Daardoor komen ze daarna, tijdens de daadwerkelijke bezichtiging, met concrete vragen en kunnen we daar direct antwoord op geven." Ook van groot belang is een goede aanmelding van het object op Funda in Business. Vincent: "Het lijkt vanzelfsprekend om een pand zo aantrekkelijk mogelijk te presenteren, maar dat gebeurt in de praktijk lang niet altijd. Naast het opnemen van een video besteden wij aandacht aan uitgebreide fotografie en een complete beschrijving, die de technische specificaties goed weergeeft. Afhankelijk van de locatie kunnen bijvoorbeeld de vloerbelasting, aanwezigheid van krachtstroom of de beschikbare internetverbinding relevant zijn."

OVER DE GRENZEN KIJKEN

"We denken mee om de mogelijkheden van een pand in kaart te brengen", vervolgt Vincent. "Wellicht staat de bestemming veel meer toe dan de huidige functie van kantoor. Als je dat onder de aandacht brengt, vergroot je direct de doelgroep. Wij willen vooral zo veel mogelijk kandidaten interesseren om een kijkje te komen nemen en uitnodigen met ons in gesprek te gaan. Welke specifieke behoeften bestaan er? Hoe realiseren we die op deze locatie? In overleg zijn heel veel dingen op te lossen, wellicht via bepaalde technische of praktische aanpassingen." Over



doelgroepen gesproken: met kantoren in Ede, Veenendaal en Utrecht bedient CMC Bedrijfsmakelaars een groot gebied van aaneengesloten regio's. Sam: "Dat geeft zowel aan de vraag- als de aanbodzijde heel veel potentie. Het loont voor ondernemers soms de moeite om over de grenzen van de eigen regio heen te kijken. Sommige bedrijven willen naar de grote stad trekken om meer internationale allure te verkrijgen, andere bewegen zich juist liever naar het oosten, omdat ze veel zaken doen op de Duitse markt. Door onze aanwezigheid in deze regio's zijn we een meerwaarde voor onze klanten en kunnen wij snel schakelen op dat gebied."

BUITEN KADERS DENKEN

Steeds meer opdrachtgevers die huisvesting zoeken schakelen CMC Bedrijfsmakelaars in. "Ondernemers hebben het druk met hun core business en in de zoektocht naar een geschikte locatie gaat nu eenmaal veel tijd zitten," verklaart Sam. "Wij beschikken over een diepgaand

de kennis van de markt en hebben veel ervaring met transacties. Ook kennen we de valkuilen op juridisch vlak. Zo helpen wij klanten een juiste afweging te maken en geeft het ons een sterke onderhandelingspositie." Vincent vult aan: "Binnen ons netwerk hebben wij een veel groter aanbod voorhanden dan je op Funda in Business ziet. Mede door contacten met onder andere collega-makelaars, beleggers en beheerders beschikken wij vroegtijdig over informatie van panden die beschikbaar komen. Ook durven we buiten de kaders te denken en ondernemers te attenderen op een locatie die misschien in eerste instantie niet helemaal aan hun ideale profiel lijkt te voldoen, maar uiteindelijk toch heel mooi in het plaatje past. Soms moet je aannames of vooroordelen wegnemen en zoals gezegd nieuwe inzichten creëren."

KRUISBESTUIVING

Naast Bedrijfsmakelaardij kent CMC een aantal andere vormen van dienstverlening die voor een interessante kruisbestuiving kunnen zorgen, namelijk Vastgoedbeleggingen, Taxaties, Verzekeringen, Pensioenen en Collectieve Verzekeringen (voor beroepsgroepen die vergelijkbare risico's dragen). Vincent: "Zo bieden wij ondernemers een totaalpakket. Kijk alleen al naar het verzekeren van een bedrijfspand, dat veelal maatwerk betreft. Zowel richting de verkoper of verhuurder als de partij die huisvesting zoekt kunnen we snel uitsluitel geven over de mogelijkheden. Zelfs in lastige gevallen slagen we er vaak in om een oplossing te vinden, zeker doordat we vanuit marktkennis weten hoe we de verzekeraar van de juiste informatie moeten voorzien. Ook op dit vlak komen onze creativiteit en onze actieve aanpak om de hoek kijken."

**Meer informatie: www.cmc.nl
030 - 307 90 50**





VAKANTIE IN CORONATIJD:

HOE STUUR JE MEDEWERKERS VEILIG OP REIS?

Het zomerseizoen is weer aangebroken en daar trapt van origine ook het vakantieseizoen mee af. Hoewel het vaccinatieprogramma wereldwijd op stoom komt, verschijnen er dagelijks berichten in het nieuws over landen die van kleurcode veranderen. Waar een vakantieland vandaag nog geel kleurt, kan dit morgen veranderen naar oranje of zelfs rood.

Het kan voor werkgevers en werknemers een flinke kluijf zijn om zich een weg te banen door alle kleurcodes, adviezen en maatregelen. Daarom deelt Ralph Koks, Manager Tax & Legal bij SD Worx Nederland, een aantal praktische richtlijnen zodat werkgevers hun werknemers zonder zorgen op vakantie kunnen laten gaan.

VAKANTIE VERBIEDEN?

Alle reizen naar landen of gebieden met code rood worden door de overheid afgeraden. Voor de regio's met code oranje geldt hetzelfde advies; tenzij de reis écht noodzakelijk is. Vakantiereizen vallen niet onder

noodzakelijke reizen. Gaat een werknemer toch naar een land of gebied met code rood of oranje, dan geldt een quarantaine- en/of testplicht. Met de Reischek van de Rijksoverheid kunnen werknemers aan de hand van hun bestemming en verblijfsperiode achterhalen welke verplichtingen op hen van toepassing zijn.

Een werknemer is in beginsel vrij in de keuze van een vakantieland. Een werkgever kan zijn werknemers niet verbieden naar een bepaald land of gebied af te reizen. Wél kan een onzorgvuldige beslissing van een werknemer van invloed zijn op het recht op loondoorbetaling.

DOORBETALEN VAN LOON BIJ QUARANTAINES

Een werknemer heeft, zoals gezegd, de vrijheid om zelf een vakantiebestemming te selecteren. Wat gebeurt er dan wanneer deze werknemer na de vakantie niet kan werken, bijvoorbeeld doordat hij of zij vastzit op de vakantiebestemming of vanwege thuisquarantaine? Sinds 1 januari 2020 geldt in Nederland het uitgangspunt dat de werkgever het loon doorbetaalt wanneer een werknemer de werkzaamheden niet kan verrichten, tenzij de reden hiervoor voor rekening van de werknemer komt. Het is aan de werkgever om dit te stellen en te bewijzen.

Een werknemer die er bewust voor kiest om op vakantie te gaan naar een land of gebied waarvoor al bij vertrek code rood of oranje geldt, moet zich realiseren dat hij of zij daar vast kan komen te zitten. Ook dient de werknemer te weten van een mogelijke quarantaineplicht bij terugkomst.

Koks: "Voor een werknemer die niet vanuit huis kan werken, betekent een quarantaine dat diegene zijn werk niet kan uitvoeren. Indien de werknemer dit vooraf had kunnen weten, kan gesteld worden dat hij in die situatie dus geen recht heeft op doorbetaling van het loon."

TOEGANG TOT KANTOOR

Als een werknemer niet kan thuiswerken, kan sprake zijn van een gerechtvaardigde



inbreuk op de privacy van werknemers indien de werkgever vraagt in welk land ze op vakantie zijn geweest. De vraag kadert immers binnen een risicobeoordeling op de werkvloer. Wanneer deze werknemer vervolgens terugkeert uit een oranje of rood gebied, is het dan mogelijk om eventuele maatregelen op te leggen, zoals het ontzeggen van toegang tot het kantoor?

"Ja, dit is mogelijk. Wel wordt het steeds moeilijker voor werkgevers om te contro-

leren of werknemers zich al dan niet aan de coronaregels houden. Of er maatregelen zijn aangewezen, en zo ja welke, is bijvoorbeeld ook afhankelijk van de vraag of een werknemer zich heeft laten vaccineren. Twijfel je als werkgever of een werknemer zich aan de coronaregels houdt? Win dan advies in bij je arbeidsdienst. Zij hebben meer mogelijkheden als het gaat om het toetsen van medische informatie", vertelt Koks.

ANNULEREN EN INTREKKEN

In sommige gevallen zorgen de veranderende kleurcodes ervoor dat medewerkers hun vakantieplannen annuleren en eventuele vakantiedagen weer intrekken. Kan dat eigenlijk wel, bijvoorbeeld omdat er al een vervanger geregeld is of omdat het werk is teruggelopen? Een werkgever hoeft niet altijd akkoord te gaan met een verzoek tot intrekken of verplaatsen. Uiteindelijk zal je per geval een afweging moeten maken wiens belangen – werkgever of werknemer – zwaarder wegen.

"Wij adviseren werkgevers om werknemers in ieder geval vooraf schriftelijk te wijzen op de consequenties indien zij afreizen naar een land met kleurcode oranje of rood", licht Koks toe. "Door duidelijk te blijven communiceren, weet iedereen vooraf waar hij of zij aan toe is – ongeacht de bestemming."





WAT ZEGT DE NON-VERBALE COMMUNICATIE OVER JE GESPREKSPARTNER?

Iedereen weet hoe een boos, blij of verbaasd gezicht eruit ziet. Maar non-verbale communicatie gaat veel verder dan dat. Iedereen heeft namelijk een bepaalde set van repeterende gezichtsbewegingen zoals fronsen of knippen met de oogleden. Wanneer je in staat bent om die bewegingen van je gesprekspartner te analyseren, kun je daar tijdens een sales- of sollicitatiegesprek op inspelen.

Herman Ilgen is al 35 jaar bemiddelaar bij zakelijke onderhandelingen. Het viel hem op dat wanneer partijen inhoudelijk redelijk op één lijn lagen er vaak toch een conflict ontstond. “Het wel of niet slagen van een onderhandelingsproces was kennelijk afhankelijk van ongreepbare redenen. Ik vroeg me af of kennis over non-verbaal gedrag hier meer grip kon bieden. Maar toen ik er de wetenschappelijke literatuur op nasloeg, vond ik vooral onderzoeken over bepaalde emoties; wat een gezicht verbaasd, boos of blij maakt. Dat zijn echter momentopnames. In de praktijk zie je bij mensen veel meer bewegingen die voortdurend terugkomen. Wel 50-100 keer in 10 minuten. Wanneer iemand zijn wenkbrauwen optrekt, is dat dus lang niet altijd een teken van verbazing.”

INTERACTIEBEHOEFTE

Uiteindelijk deed Herman vanuit het Rotterdamse Instituut voor Non-verbale Strategie Analyse (INSA) samen met de Universiteit van Amsterdam tien jaar lang onderzoek naar non-verbale communicatie. De resultaten zijn onlangs gepubliceerd in het wetenschappelijke tijdschrift *Cognition and Emotion*. Tegelijkertijd ontwikkelde hij de zogenoemde INSA-methode. “Een bepaalde vaste set van kleine, voortdurende bewegingen zegt veel over iemands persoonlijkheid”, vertelt compagnon An Gaiser, die zelf jarenlang als veiligheidsonderzoeker bij de AIVD werkte. “Het zegt iets over de interactiebehoefte en gedragstendensen van je gesprekspartner(s). Iedereen heeft tijdens een gesprek wel eens het gevoel

dat er iets niet klopt. Dankzij het lezen van non-verbale communicatie kun je dit gedrag analyseren en er makkelijker je vinger op leggen. Wanneer je in staat bent om binnen vijf minuten een profiel van iemand te maken - wat iedereen met oefenen en trainen kan leren - heb je meer inzicht in hoe die persoon het liefst informatie tot zich neemt. Daarmee creëer je een gunfactor."

"Neem bijvoorbeeld een salesgesprek", vult Herman aan. "Wanneer je als salesmanager een deal wilt sluiten, kun je op basis van de non-verbale communicatie van de ander inschatten hoe je het gesprek het beste kan voeren; neem je eerst rustig de tijd om kennis te maken of kom je meteen to the point? Je kunt ook valkuilen vermijden. Soms denkt een salesmanager dat de deal is gesloten, maar dan blijkt dit uiteindelijk toch niet zo te zijn. Wanneer iemand bijvoorbeeld met de ogen knippert terwijl deze ja zegt, betekent dit eerder een mischien. Dan is het aan de accountmanager om door te vragen en de twijfel weg te nemen."

"Hetzelfde geldt voor een teamoverleg", zegt An. "Wanneer iemand een passieve houding heeft, zegt dit niets over diens motivatie of betrokkenheid. Het geeft eerder aan dat op dat moment het stressniveau even wat te hoog is om actief mee te doen. Deze mensen hebben vaak hangende oogleden en het wit onder de iris is in het oog zichtbaar. Zij hebben wat meer ruimte nodig om hun mening te vormen en te tonen. Dat betekent dat je een andere aanlooproute nodig hebt om hen betrokken te krijgen."

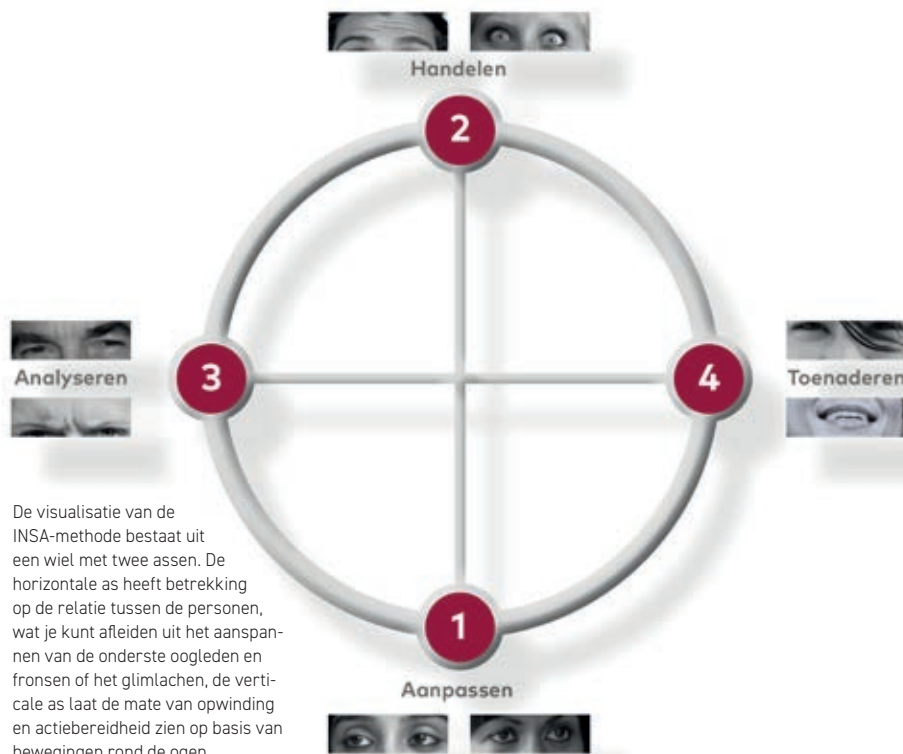
OBJECTIEF

An benadrukt dat het belangrijk is om aan het analyseren van non-verbale communicatie geen conclusies te verbinden. "Het gaat puur om het meten en observeren, zonder een waardeoordeel over die persoon te vellen. Tijdens een sollicitatiegesprek waarbij de directeur en de hr-manager met de kandidaat aan tafel zitten, kan het voorkomen dat de directeur positief is, maar de manager niet. Door de non-verbale gedragingen van de kandidaat te analyseren, kun je je gevoel losmaken van de feiten. Wanneer je het gedrag van iemand objectief kunt meten, kun je ook scherper argumenteren waarom je bijvoorbeeld iemand wel of niet aan wilt nemen en dit makkelijker rapporteren."

Herman: "Uiteindelijk heeft het analyseren van non-verbaal gedrag ook een algemeen maatschappelijk doel. Door even naar elkaar te kijken en het oordeel op basis van de eerste indruk los te laten, kun je veel gedoe voorkomen." Herman Ilgen ontwikkelde aan de hand van tien jaar onderzoek een methode om non-verbaal gedrag te analyseren. Hieronder staan vier voorbeelden van non-verbaal gedrag en de achterliggende betekenis omschreven:

Oogleden over het oog, wit onder de iris in het oog

- Gedrag: Deze persoon wacht af voordat hij of zij in actie komt of het woord neemt, geeft een ander de ruimte om het initiatief te nemen en past zich aan



De visualisatie van de INSA-methode bestaat uit een wiel met twee assen. De horizontale as heeft betrekking op de relatie tussen de personen, wat je kunt afleiden uit het aanspannen van de onderste oogleden en fronsen of het glimlachen, de verticale as laat de mate van opwinding en actiebereidheid zien op basis van bewegingen rond de ogen.

aan de situatie. Wanneer de sfeer niet goed is, wordt deze persoon passief.

- Beeld bij de ander: niet geïnteresseerd, wil niet meedoen
- Effectief in de omgang met deze persoon: geef hem of haar de tijd en ruimte om met diens mening of ideeën te komen en vraag daar geïnteresseerd op door.
- Niet effectief: Ongeduldig zijn, de baas proberen te spelen en deze persoon steeds onderbreken om te laten weten dat je het niet met hen of haar eens bent.

Wenkbrauwen omhoog en bovenste oogleden omhoog

- Gedrag: deze persoon neemt meteen het initiatief en handelt het liefst met tempo. Laat zich niet voor één gat laten vangen; als iets niet lukt en probeert hij of zij gewoon iets anders. Ook stimuleert hij of zij anderen om voor een resultaat te gaan, maar wordt ongeduldig als het te langzaam gaat.
- Beeld bij de ander: deze persoon wil de baas spelen of is zelfs agressief.
- Effectief in de omgang met deze persoon: meteen in actie komen, meedoen en laten zien dat je ook voor een doel gaat.
- Niet effectief: niet in beweging komen of traag zijn. Of zeggen waarom iets niet kan zonder dat alternatieven te komen. Niet duidelijk zijn over wat je wel of niet wilt.

Fronsen en knippen met de onderste oogleden

- Gedrag: deze persoon kijkt de kat uit de boom en wil een situatie of een ander eerst goed begrijpen of analyseren voordat hij of zij in actie komt. Iets goed

uitzoeken en kloppend maken zodat ook anderen het begrijpen vindt deze persoon belangrijk. Maar als de inhoud niet logisch of kloppend is, gaat deze dwarsliggen.

- Beeld bij de ander: deze persoon is negatief, vindt niks goed wat de ander zegt of doet
- Effectief in de omgang met deze persoon: weten waar je over praat, voorbereid op een gesprek en jouw ideeën duidelijk uitleggen.
- Niet effectief: zomaar improviseren zonder de tijd te nemen om eerst na te denken, of onduidelijk zijn over wat je wel en niet wilt of weinig concreets te melden hebben.

Mondhoeken omhoog (soms met ook de wangen omhoog)

- Gedrag: deze persoon zoekt het contact met de ander en zorgt voor een prettige sfeer. Hij of zij is bereid rekening te houden met wat de ander wil omdat dit helpt voor een goede verstandhouding. Het is voor de ander echter onduidelijk als er iets dwars zit. Deze persoon vermijdt confrontaties.
- Beeld bij de ander: deze persoon is niet eerlijk of oprecht en legt diens kaarten niet op tafel.
- Effectief in de omgang met deze persoon: laten zien dat je een goede sfeer ook belangrijk vindt en rekening wil houden met de wensen en ideeën van de ander.
- Niet effectief: alleen maar zakelijk of kortaf zijn, of alleen maar over jouw ideeën willen praten.

ZOEK JE KANTOORRUIMTE IN HET MIDDEN VAN NEDERLAND?



BIJ ONS KRIJG JE ALLE RUIMTE DIE JE WILT



► **EDE**
Galvanistraat 7



► **LEUSDEN**
Fokkerstraat 16



**NIEUWSGIERIG
NAAR ONS
AANBOD?
BEZOEK ONZE
WEBSITE**



► **VEENENDAAL**
Vendelier 61

Jij zoekt kantoorruimte?

Een lege ruimte of een volledig ingerichte werkplek. Wij regelen het voor je, zodat jij je direct op je werkzaamheden kunt richten.

Huur all-inclusive

Bij CSW Kantoorruimte huur je geen ruimte maar een aangename werkplek. Waarbij je je geen zorgen hoeft te maken over facilitaire en operationele zaken. Huren zoals het jou en je bedrijf past, voor nu en in de toekomst. En verandert je bedrijf en wil je meer of minder ruimte, dan denken we graag met je mee.



Kantoorruimte

cswkantoorruimte.nl

Bel: 085-4010 270

'Ik wil lange termijn oplossingen bieden', aldus Helien Verhagen.



QUIET PLEASE

REGIE OVER JE EIGEN LEVEN

Helien Verhagen is al 25 jaar ondernemer in de wereld van exotische groenten en fruit. Op zoek naar meer rust in haar hectische bestaan, kwam zij in contact met mindfulness. Ze raakte er zo enthousiast door, dat ze inmiddels haar eigen bedrijf Quiet Please is gestart, waarin zij onder andere trainingen verzorgt voor het bedrijfsleven op het gebied van mindfulness. "Ik wil lange termijn oplossingen bieden."

Het groenten- en fruitvak kreeg Helien met de paplepel ingegoten. Haar moeder had haar eigen groentewinkel, terwijl haar vader fruit-teler was. Haar opa teelde groenten. "Ik ben tussen de bloemkolen geboren", zegt Helien met een glimlach. "Op mijn 22e had ik al mijn eigen bedrijf in exotische groenten en fruit. De wereld waar ik in werk is net zo hectisch als werken op de aandelenbeurs. Je moet altijd op tijd kunnen leveren, wat een hoop stress met zich meebrengt. Op zoek naar handvaten voor mijn eigen leven, stuitte ik op mindfulness. De ups-and-downs welke horen bij het ondernemen hebben mij bewust gemaakt dat mindfulness van groot belang is om kwaliteit van leven te waarborgen."

DOWN-TO-EARTH

Dat bewustzijn brengt Helien met veel enthousiasme over op haar cursisten, waarbij zij zelfs kritische mensen over de streep trekt om mee te doen. "Veel mensen hebben nog steeds het idee dat mindfulness heel zweverig is. Ik ben echter heel down-to-earth en laat zien dat mindfulness helemaal niet zweverig hoeft te zijn. Hierdoor zie je dat zelfs mensen die in eerste instantie sceptisch tegenover mindfulness staan ook superenthousiast raken."

'JE KRIJGT ALS HET WARE EEN SOORT HELICOPTERVUEW'

ZELFBEWUSTZIJN

Tijdens de trainingen die ze geeft komen leiderschapskwaliteiten als zelfbewustzijn, zelfmanagement, empathie en motivatie alsmede sociale leiderschapsvaardigheden aan bod. "Dit zijn de kernbegrippen voor het huis van emotionele intelligentie. Door mindfulness krijg je meer compassie voor de ander en leer je beter samenwerken. Je krijgt als het ware een soort helicopterview van wat nodig is om dingen te bereiken."

LEIDERS

Helien traint de toekomstige niveau vijf leiders: "Deze leider is zelfbewust, uitermate gecontroleerd in zijn zelfmanagement en heeft het grotere doel op langere termijn voor ogen. Hij of zij kan als geen ander het team motiveren, is empathisch en heeft compassie naar de groep waardoor sociale- en andere vaardigheden excelleren."

CLINCS

Er zijn verschillende trainingen te volgen bij Quiet Please, zowel online als offline. Zo is er de executive groepstraining binnen bedrijven. "Deze bestaat uit een introductie workshop

en een zesdelige training van 2.5 uur", vertelt Helien. "Aan de hand van verschillende clinics gaat de zelfontwikkeling stromen door efficiënte, luchtige en humorvolle oefeningen. Je voelt als deelnemer hierbij direct effect. We trainen bovendien ademhalingstechnieken om de staat van zijn te beïnvloeden."

ADEMTRAINING

Helien geeft ook privé ademtraining voor mensen die liever niet in een groep de training willen volgen. Volgens Helien heeft onderzoek uitgewezen dat je door ademhaling zelf je zenuwstelsel kan bedienen. "Het zorgt onder andere voor rust, ontspanning, energie, gezondheid, balans en meer zelfvertrouwen", benadrukt Helien. "Kortom, je gaat er lekkerder door in je vel zitten. Kijk eens om je heen hoeveel mensen zo gejaagd leven dat ze zich nergens meer bewust van zijn. Je hoort het vaak aan de manier van spreken en reageren wanneer iemand heel gestrest is. Zij handelen vaak vanuit een primaire reactie. Door je te focussen op je ademhaling versterk je je persoonlijke kracht en effectiviteit en kom je meer in verbinding met jezelf en je omgeving. Door met mindfulness en je ademhaling bezig te zijn pak je de regie over je eigen leven weer terug. Dit gun ik iedereen!"

www.quiet-please.nu



Acteren vanuit kennis
gecombineerd met onze
eigen visie en opvattingen

Loop voorop met Van Veen Advocaten

Van Veen Advocaten is een middelgroot kantoor in Ede. Wij staan grote ondernemingen, kleine ondernemingen en particulieren bij in Nederland en daarbuiten. Ons team van advocaten is

gespecialiseerd in veertien verschillende rechtsgebieden en streeft naar het hoogst haalbare kennisniveau. Uw advocaat is betrokken en staat 24/7 voor u klaar als de zaak daarom vraagt.

Keesomstraat 7
6717 AH Ede

e info@vanveen.com
t 0318 - 68 78 78

vanveen.com

Van Veen 
ADVOCATEN

We ♥ PrintMedia



IS DE CRISIS VOORBIJ ALS CORONA TOT HET VERLEDEN BEHOORT?

Bijna dagelijks bereiken ons de positieve berichten omtrent het coronavirus. De IC-bezetting daalt, de maatregelen worden versoepeld, nog even en we zijn allemaal gevaccineerd. Reden om opgelucht adem te halen en met optimisme vooruit te kijken. De vraag is echter, ben je nu als ondernemer of werkgever echt door de crisis heen of gaan we nu pas merken wat de gevolgen zijn?

49

Als eigenaar van een landelijk stress- en burn-out bedrijf heb ik de spanning bij werknemers zien oplopen. Het thuiswerken, gebrek aan vakantie, thuisonderwijs en angst voor het coronavirus heeft veel gevraagd van ons allemaal. Toch heeft dat nog niet gezorgd voor een enorme toename van verzuim. Dit zou, zodra de crisis achter de rug is, wel eens heel snel kunnen gebeuren. En dat, is eigenlijk heel logisch.

Je kunt denken, de crisis is voorbij; opgelucht ademhalen en weer door. Maar wat zo typisch is aan de wijze waarop ons stress-systeem werkt, is dat we niet omvallen als we onze piekbelasting moeten leveren, maar juist als de stressvolle periode voorbij is. De bekende griep of hoofdpijn in de eerste week van de vakantie. Bij acute stress leven we op adrenaline. Eenmaal in rustiger vaarwater merk je hoeveel energie het heeft gekost en hoe vermoeid we daardoor zijn.

Voor een werkgever is nu dus het moment om in gesprek te gaan om te horen wat werknemers nodig hebben om op een gezonde en productieve manier het oude normaal op te pakken. De tekorten in diverse branches zijn al weer aan het ontstaan. Wees daarom zuinig op de ervaren werknemers die je al hebt!

Reinoud Prins, medeoprichter en coach, Liberi Coaching

www.liberi.nl



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

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

 **BalMedia**



ONLINE COMMUNITIES

BLIJF OOK ONLINE IN CONTACT MET JE ZAKENRELATIES

Hoe houd je in tijden van corona de band met je klanten warm? Het antwoord ligt volgens digital community expert Maartje Blijleven bij het bouwen van een hechte online community. En als je dit goed aanpakt, haal je er zelfs business uit.

Ondernemster Maartje Blijleven houdt zich al 21 jaar zeer succesvol bezig met het bouwen van online communities. Volgens haar is het de perfecte manier om je werk leuker te maken en op een authentieke en sympathieke manier klanten aan je te binden. "Ondernemen draait om een product of dienst én je achterban, want zonder klanten draai je geen omzet. Een online community is een ideale manier om je producten diensten te

promoten en tegelijkertijd met je achterban in contact te blijven. Wanneer je klanten en andere ambassadeurs lid worden van je online community kun je relevante content zoals tips, tricks en inspiratie met betrekking tot je eigen vakgebied bieden. Hierdoor houd je hun aandacht vast en de band warm. Door te vragen waar zij behoefte aan hebben, kun je zo'n community bovendien inzetten als marketing research tool voor je producten



en diensten. Vraag aan de leden van je community waar ze tegenaan lopen en voor welke problemen ze een oplossing zoeken. Op basis van die informatie ontwikkel je het perfecte product. En omdat je je leden betrokken houdt, is het bovendien een stuk makkelijker om omzet te genereren. Die leden van je groep zijn elk een warme lead waar je op een sympathieke manier mee communiceert. Het is bovendien een goed alternatief voor of aanvulling op online adverteren, dat sinds de uitbraak van de coronacrisis een stuk duurder geworden.”

FACEBOOK

Hoewel het bouwen van een online community veel voordelen biedt, staat dit fenomeen in Nederland nog

in de kinderschoenen. Om inzicht te krijgen in de aanpak en de gebruikte platformen van ondernemers die dit wel hebben opgepakt, deed Maartje onderzoek onder ruim 3.000 ondernemers die werken met communities in hun bedrijven. “Uit de Community Monitor bleek dat social media platformen de meest geliefde platform zijn. Facebook, en dan met name de groepen, is verreweg het meest populair. Je kunt er makkelijk en snel tien miljoen mensen mee bereiken, waarvan acht miljoen mensen lid zijn van een actieve Facebookgroep. Bovendien heeft Facebook vier jaar geleden diens missie aangepast en wil het platform communities faciliteren. Een Facebookgroep biedt veel mogelijkheden om een relatie met

opdrachtgevers en leden op te bouwen door te luisteren, vragen te stellen (en iets met de antwoorden te doen) en relevante content te delen. Daarnaast kun je informatie structuren en leden zelf informatie laten delen. De afgelopen tien jaar draaide het allemaal om de mooiste foto's met zo veel mogelijk filters. Nu willen mensen oprechte verbindingen aangaan en wordt het gewaardeerd als je kwetsbaar durft te zijn. Bovendien kun je op het platform je eigen online events hosten. Mirjam Hegger organiseerde bijvoorbeeld in april een Podcast Summit via een livestream via Facebook.”

STORIES

Na Facebook zijn LinkedIn en Instagram het meest populair, al zitten daar wel nadelen aan. “Instagram en LinkedIn draaien meer om zenden dan de dialoog aangaan. De gewone bedrijfspagina's zijn als het ware een etalage van je winkel en laten zien wie je bent en wat je doet. Maar juist in de groepen worden de gesprekken gevoerd en kom je in contact met mensen. Die groepen heb je ook op LinkedIn, maar in tegenstelling tot Facebook heeft LinkedIn daar niet in geïnvesteerd waardoor het lastiger is om op dit platform een groep te activeren. Wel kun je eventueel LinkedIn Stories en Instagram Stories gebruiken om vragen te stellen, je volgers hun mening te laten geven en reageren. Maar het grote nadeel is dat leden niet zelf iets kunnen posten.”

CLUBHOUSE

Ook het nieuwe fenomeen Clubhouse komt in het onderzoek van Maartje aan bod. 6% van de ondervraagde ondernemers is op deze app actief. “Clubhouse is relatief nieuw, maar de groeiende populariteit verbaast me niet. Het is een mooie manier om mensen met elkaar te verbinden. Mensen missen de live gesprekken met nieuwe contacten. Tijdens zakelijke bijeenkomsten zoals netwerkevenementen draait het niet alleen om de kennis, maar ook om het uitbreiden van je netwerk en het delen van ervaringen. Ondernemers willen ervaringen delen en hoe anderen met bepaalde issues omgaan. Dat soort gesprekken verlopen toch heel anders via

Zoom. Ook die spontane gesprekken in het koffientje op de hoek waren de afgelopen maanden met gesloten horeca en de avondklok niet mogelijk. Mensen voelden zich eenzaam. Via Clubhouse, waarvoor je alleen een iPhone nodig hebt, kom je meteen in contact met like minded people.”

EIGEN SESSIE

Als je Clubhouse als communityplatform wilt inzetten, kun je dit het beste op persoonlijke titel doen als medewerker of visitekaartje van het bedrijf. “Clubhouse draait om het voeren van leuke gesprekken over bepaalde onderwerpen. Wil je bijvoorbeeld een sessie organiseren over hoe je in tijden van covid-19 toch winst kunt maken, dan plan je gewoon een room in, vraag je twee gesprekspartners en ga je het gesprek aan. Je sessie kun je eventueel promoten via je website, social media ka-

nalen of je nieuwsbrief. Een ICT-bedrijf kan bijvoorbeeld een sessie organiseren over de beveiliging van de systemen nu er zoveel thuis wordt gewerkt. En dan mag je ook best even vertellen wat voor tool je daar zelf voor hebt ontwikkeld. En mocht je een interessante whitepaper hebben, dan kun je die aan het einde van het gesprek even promoten door de aanwezigen te wijzen op het linkje in het profiel. Of vraag hen om even een DM via Instagram of Twitter te sturen (deze accounts kun je koppelen aan Clubhouse, red).”

VERMIJD DE MONOLOOG

Maartje waarschuwt om tijdens een Clubhouse-sessie geen monoloog af te steken. “Het gaat om interactie, dus neem vijf tot tien minuten de tijd om het onderwerp te introduceren en ga dan de interactie met je bezoekers aan. Een advocaat kan

bijvoorbeeld ingaan op ontslagrecht, drie tips geven en vervolgens aan het publiek vragen bij wie dit onderwerp speelt. Op basis van je gesprekken en antwoorden komt je expertise vanzelf aan bod. Je kunt ook een hotseat sessie organiseren waarbij je een case inhoudelijk bespreekt. Dat kan een praktijkvoorbeeld zijn van die ene ondernemer die jij graag als klant wil en die zo een gratis advies op maat ontvangt. Die persoon zal dan sneller geneigd zijn om zijn of haar opdracht bij jou neer te leggen. Maar het kan ook een bestaande klant zijn die in zwaar weer zit en niet veel financiële middelen heeft. In ruil voor het bespreken van diens casus tijdens een sessie op Clubhouse, krijgt deze alsnog advies en horen anderen hoe jij te werk gaat.”

EIGEN PLATFORM

Ten slotte zijn er ondernemers die een eigen platform ontwikkelen om daar hun online community op te starten. “Dit kan een website zijn of een speciaal forum. Het grote voordeel is dat je niet afhankelijk bent van platforms en de veranderingen die zij doorvoeren. Er zijn diverse plug-ins beschikbaar om je website van forumssoftware te voorzien zoals BuddyBoss in combinatie met LearnDash voor Wordpress-websites. Andere voorbeelden van plug and play platforms zijn Huddle, Circle en Mighty Networks. Deze werken met betaalbare abonnementen.”

WIN-WIN-WIN SITUATIE

Het opzetten en onderhouden van een online community kost tijd maar wie dit slim aanpakt, creëert volgens Maartje een win-win-win situatie. “Ik ben zelf een groot voorstander van slim omgaan met tijd. Online communities bieden voordelen voor elke partij die erbij betrokken is. Je leden ontvangen relevante kennis en content, je bedrijf krijgt inzicht in diens doelgroep en kan diens aanbod daarop aanpassen en als communityleider worden je zichtbaarheid en expertstatus onderstreept. En daar komen uiteindelijk vanzelf nieuwe opdrachtgevers uit voort.”

Maartje Blijleven (1979) is auteur van de #1 Managementboek bestseller *We love communities*, veelgevraagd keynote speaker en digital community expert. Ze bouwt al twee decennia aan succesvolle online communities, voor onder meer Endemol, KLM, Nationale Postcode Loterij, Heineken, Peugeot, Schiphol, Dyson en Deloitte. Als oprichter van de Community Leaders Club en Online Community Academy, weet ze hoe je een community begint en laat groeien. Met *We love communities* helpt ze honderden ondernemers en professionals om succesvol te zijn met hun eigen online community.





CORIAN OUDSHOORN,
incassomedewerker
 Wolleswinkel Hofman Advocaten
 info@wolleswinkelhofman.nl

BETALINGSREGELING DOOR DE RECHTER OPGELEGD?

U heeft een klant die niet betaalt. Natuurlijk heeft u zelf al veel gedaan om uw klant te laten betalen: aanmaningen gestuurd, gebeld, gemaïld en misschien zelfs een aangetekende brief gestuurd. Niets helpt. Er zijn verschillende redenen te bedenken waarom een klant niet betaalt: hij is niet tevreden, hij is een notoire wanbetaler of hij heeft het geld gewoonweg niet. In het laatste geval kan het goed zijn te proberen een betalingsregeling af te spreken met uw klant. Langzamerhand krijgt u de vordering dan toch betaald.

Hebben uw pogingen om tot betaling te komen niet geholpen, dan kunt u een incassobureau benaderen om uw vordering te innen. Het incassobureau zal proberen in het zogenaamde buitengerechtelijke traject (het traject voordat er een procedure wordt gestart) de klant alsnog te laten betalen. Daarbij zal zeker geprobeerd worden een betalingsregeling af te spreken met de klant. Sommige schuldeisers hebben hier echter geen oren naar. Ze willen snel van de zaak af. Begrijpelijk, want het speelt meestal al langere tijd en in die tijd zijn er al behoorlijk wat pogingen gedaan om de klant te laten betalen. Toch is het wel aan te raden om akkoord te gaan met een voorgestelde betalingsregeling, omdat:

1. de onderlinge verhoudingen zo min mogelijk op scherp worden gezet;
2. als er niet ineens betaald kan worden, de vordering nu toch langzamerhand voldaan zal worden en
3. als de betalingsregeling niet nagekomen wordt, je in een eventuele procedure sterker staat (de klant heeft dan namelijk toegegeven dat de vordering bestaat, verweer voeren heeft dus geen zin).

In de wet staat op dit moment nog opgenomen dat een schuldeiser recht heeft op betaling in zijn geheel. Echter, op 18 juni 2021 heeft Sander Dekker (de minister voor Rechtsbescherming) een Kamerbrief geschreven, waaruit blijkt dat hij voornemens is om de rechter de bevoegdheid te gaan geven om betalingsregelingen op te leggen. Uit het bij deze brief behorend onderzoeksrapport blijkt dat schuldenaren vaak denken dat ze door op de zitting te verschijnen alsnog een betalingsregeling kunnen afspreken. Dit is echter niet het geval. Een rechter beoordeelt puur en alleen de juistheid van de vordering.

Vaak komt er alsnog na het vonnis een betalingsregeling tot stand, maar deze vindt dan plaats bij de deurwaarder die de executie van het vonnis op zich heeft genomen. Hier horen weer allerlei kosten bij. De schuldeiser draagt van deze kosten het risico, maar kan die wel op de schuldenaar verhalen. De schuldenaar heeft vaak in het executietraject het gevoel dat de vordering al bijna afgelost is, maar dan blijkt dat alleen nog maar de kosten van de deurwaarder zijn voldaan. Als de rechter de betalingsregeling alvast vaststelt, kunnen daarmee onnodige kosten worden voorkomen. Dit beperkt dan tegelijk ook het kostenrisico van de schuldeiser die bij nakoming van de betalingsregeling geen executie-maatregelen hoeft te treffen.

Kortom: het is over het algemeen genomen beter om in het voortraject al een betalingsregeling af te sluiten.




KLEIN WITTENOORD
VERGADEREN • KOOKTUSJES • DINEREN

Unieke privé locatie maakt vergaderen inspirerend

Wittenoordseweg 3, 3927 CE Renswoude
telefoon 0318 57 53 25 | info@kleinwittenoord.nl

WWW.KLEINWITTENOORD.NL



Schimmel 1885
Stationsweg Oost 243
3931 EP Woudenberg
info@schimmel1885.nl
www.schimmel1885.nl
T: 033 - 286 12 13
Kvk: 310002096

Sinds 1885 kunnen wij er geen genoeg van krijgen. Met enthousiasme gaan wij voor gastvrijheid, kwaliteit en beleving van 's ochtends vroeg tot 's avonds laat.

Jos, Corné & Team Schimmel 1885

CAN'T GET ENOUGH SINCE 1885

Wij staan 7 dagen per week voor u klaar.



Restaurant Planken Wambuis

Gelegen op een karakteristieke en prachtige locatie. Het adres voor een gezellige lunch, brunch, high-tea of smaakvol diner!

Maar ook een ideale plaats op de Veluwe voor een geslaagde vergaderbijeenkomst!

Dagelijks geopend vanaf 10.00 uur.
(voor een vergadering eerder mogelijk!)

Gratis wifi, ruime parkeergelegenheid en uitstekende bereikbaarheid vanaf de snelwegen A12 en A50.

Verlengde Arnhemseweg 146 (N224)
6718 SM – Ede
Telefoon: 026 – 482 1251
E: info@plankenwambuis.nl

Meer info op www.plankenwambuis.nl



RH
★★★★

Hotel en Congrescentrum de ReeHorst
Hotel - Restaurant - Brasserie - Wijnbar - Vergaderen
Trainingen - Congressen - Events - Theater

Geschikt voor elke gelegenheid. Met o.m. 38 zalen en ruime, gezellige ontvangst-foyers. Elke bijeenkomst wordt gegarandeerd een beleving. Vol warmte, gezelligheid en altijd persoonlijk!

Bennekomseweg 24
6717 LM Ede
T 0318 750300 F 0318 750301
E info@reehorst.nl
I www.reehorst.nl

Toplocaties in de regio Vallei



FEESTEN & PARTIJEN
CATERING
RESTAURANT

*Anno straks
met een vleugje toen*

Buitenzorg
SINCE 1880

**VOOR INLICHTINGEN
EN RESERVERINGEN:**
AMSTERDAMSEWEG 19
6712 GG EDE
TEL. 0318 61 03 13
BUITENZORG@BUITENZORG.NL
WWW.BUITENZORG.NL



Beekhuizenweg 1
6891 CZ Rozendaal
026 3611597
www.thehunting.nl

The Hunting Lodge

*Puur, eerlijk
en vooral veel genieten'*



Restaurant L'Orage /
Party Centrum Flora

*In een ambiance van nostalgie, rust en gemoe-
delijkheid is restaurant L' Orage de perfecte
locatie om te genieten van een goede maaltijd.*

Lunterseweg 44
6718 WE Ede
T 0318-613876 / 653227
F 0318-653327
I www.lorage.nl



hermonde

INSPIRERENDE LOCATIE VOOR UW ZAKELIJKE BIJeenKOMST

Wij verwelkomen u graag op landgoed de Born,
midden in bossen van Bennekom.

Bornweg 12b - 6701 HE Bennekom - tel. 0318-860213
locatie@hermonde.nl - www.hermonde.nl



Vallei Business

Financieel Advies



*Growing
a better world
together.*

Rabobank

Rabobank Vallei en Rijn

Galvanistraat 2
Postbus 21
6710 BA Ede
(0318) 660 664
www.rabobank.nl/vr

Reclame

VERBEEK

BELETTERING
GEVELRECLAME
BEDRIJFSKLEDING

Renswoude
Tel. 0318 - 830 252
verbeekreclame.nl

S+DL
SCHUURMAN
EN DE LEEUW
accountants

Nieuwe Kanaal 6d
6709 PA Wageningen
Tel.: (0317) 41 32 81
Fax.: (0317) 41 79 89
info@schuurman-deleeuw-acc.nl
www.schuurman-deleeuw-acc.nl

Wij verzorgen uw gasten!

Van ontbijt en borrel
tot feestelijke party!

0318 - 55 58 76 info@demaesgastvrj.nl
www.demaesgastvrj.nl

TECHNICA

Van oud naar cloud

- Werkplek online
- Telefonie online
- Office 365

Netwerkbeheer - Telefonie
Verbindingen - Beveiliging
Domotica - Elektra

www.technica.nl

REPRIMERCURIUS
www.repromercurius.nl

Gratis advertentie

HET VOORDEEL VAN BLIND ZIJN?

Help blinden en slechtzienden zo zelfstandig mogelijk te leven.

'Ik kan lezen in het donker!'
- Esther, 15 jr, blind

DONEER VIA STEUNBARTIMEUS.NL

bartimeus sonneheerdt
VERENIGING

CBF
VOOR
GOED DOELLEN

W-TIC, Eenvoud, passie, resultaat Uw partner voor innovatie en optimalisatie

Meerkoet 19, 3907 HC Veenendaal | 06-39 615 615
ewissink@w-tic.nl | www.w-tic.nl

Service Rubriek

Office

Magnolia Opleidingen Maatwerk in trainingen

Microsoft Word, Excel,
Outlook, PowerPoint
beginners en gevorderden

Tel. 0318-612788
www.magnolia-opleidingen.nl
info@magnolia-opleidingen.nl



Diversen



DB SCHENKER

Galvanistraat 71
6716 AE Ede
T 0318 69 68 00
F 0318 69 68 88
E multimodaal.nl@dbschenker.com
W www.dbschenker.com/nl

INTERFACE

communicatie

T: 0318 - 64 34 06
interface@ifcommunicatie.nl
www.ifcommunicatie.nl



Concept en creatie
Webdesign
Internetdiensten
Vormgeving
Fotografie

Juristen



Van Veen Advocaten

Keesomstraat 7
6717 AH Ede
0318-687878
ede@vanveen.com
www.vanveen.com

Locaties



Hotel en Congressentrum de ReeHorst

Bennekomseweg 24
6717 LM Ede
T 0318 750300
F 0318 750301
E info@reehorst.nl
I www.reehorst.nl



Hof van Wageningen Hotel en Congressentrum

Lawickse Allee 9
6701 AN Wageningen
T +31-(0)317-490133
F +31-(0)317-426243
E info@hofvanwageningen.nl
W www.hofvanwageningen.nl



Residence Rhenen

Veenendaalsestraatweg 50
3921 EC Elst/Rhenen
T 0318 542888
F 0318 540272
E info@residencerhenen.nl



The hunting Lodge

Beekhuizenweg 1
6891 CZ Rozendaal
T 026 361 15 97
E reservations@thehunting.nl
I www.thehunting.nl

carwash &co

U WILT EEN FACTUUR?



VRAAG NAAR DE
MOGELIJKHEDEN!

Kernreactorstraat 2, Veenendaal



Sinds 1930 de betrouwbare oplossing voor uw logistiek

Vendelsseweg 100
3905 LD Veenendaal
www.v-kessel.nl
T: 0318 - 512 303
Fax: 0318 - 555 404
info@v-kessel.nl



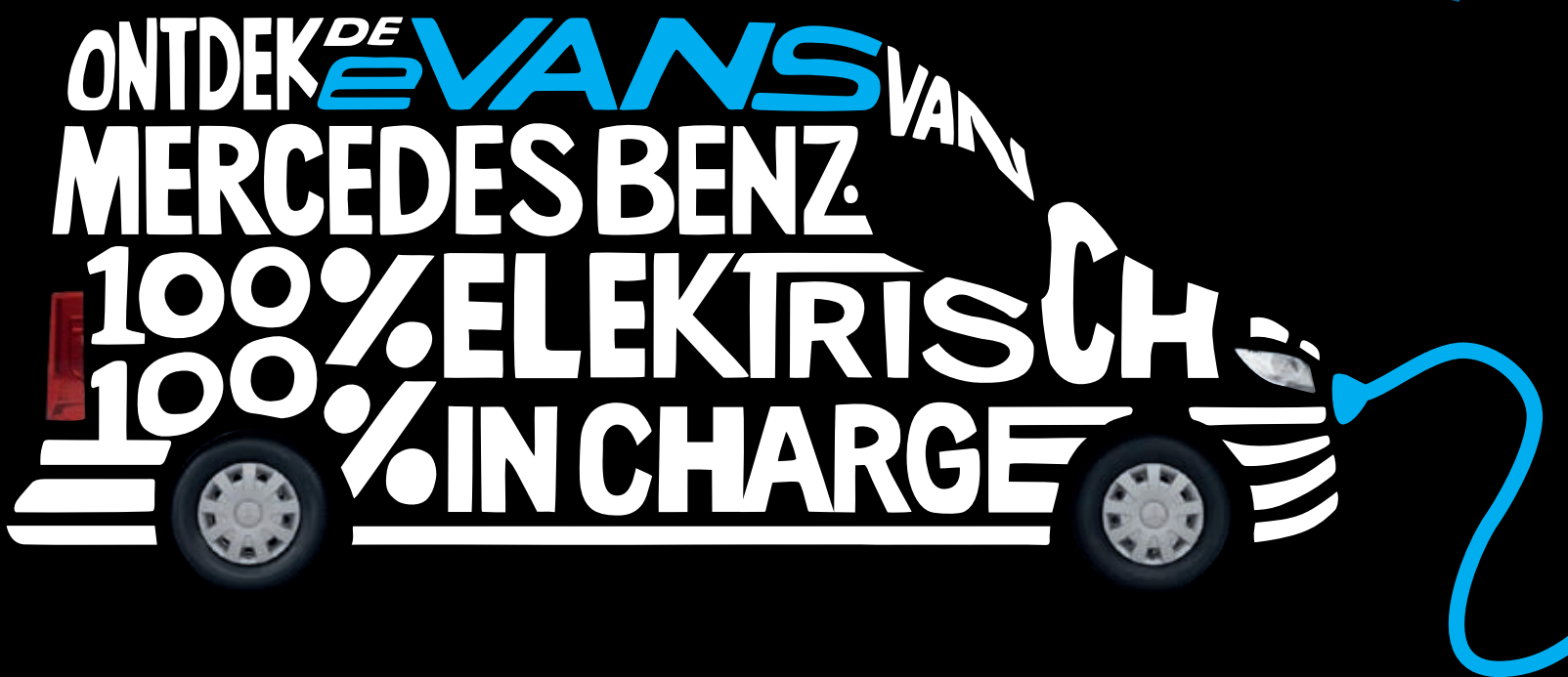
ZOONEN COMMERCIËL VASTGOED

• Aan- en verkoop en aan- en verkoop van:
Bedrijfspanden, kantoorruimten, winkels, industriegrond;
• Vastgoedbeleggingen;
• Taxation;
• Consultancy en advisering bij herontwikkelingsprojecten;
• Welzijnshuizen.

FRANKENHUIS 17G - EDE
POSTBUS 409 - 6710 BP - EDE
T 0318 58 22 85 - F 0318 58 22 80
E INFO@ZOOENVASTGOED.NL
WWW.ZOOENVASTGOED.NL

TIJDELIJK

0%
RENTE*



100% elektrisch.
0% rente.

Profiteer tijdelijk van een lage rente! Bespaar en kies voor een elektrische bedrijfswagen van Mercedes-Benz. Rijden in een eVito of eSprinter is nog nooit zo aantrekkelijk geweest! Neem contact op met één van onze verkoopadviseurs of kijk op: www.stern.nl/mercedes-benz/bestelwagens/acties.



Mercedes-Benz

* Financiering wordt verstrekt door Mercedes-Benz Financial Services. 0% rente op de eVito Gesloten Bestelwagen en de eSprinter, met een looptijd van maximaal 36 maanden, gebaseerd op Netto Financiële Lease. Tarieven onder voorbehoud van financiële acceptatie door Mercedes-Benz Financial Services. Geldig tot en met 30 september 2021. Vraag naar de voorwaarden.

HALLO!

Wij zijn CMC,
de actieve en creatieve
bedrijfsmakelaar.

Nu ook in regio Utrecht!



Vincent
Bosman



Sam van
de Sluis



Vrijblijvend kennismaken?

Kijk op **cmc.nl** of bel CMC **030 307 90 50**

CMC is actief in de regio Utrecht, Ede en Veenendaal

CMC
ooooo.nl

Ondernemen = Vernieuwen = Verzekering updaten

Update samen je verzekering

Ontdek het op [rabobank.nl/samenzeker](https://www.rabobank.nl/samenzeker)



Rabobank