

UTRECHT

Jaargang 35 | nummer 2 | augustus 2021

BUSINESS

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE VOOR DE REGIO UTRECHT



UTRECHT NABIJ
BEREIKBAARHEID
CRUCIAAL VOOR
REGIONALE GROEIOPGAVE

TRANSITIE
DE LESSEN VAN
HERMAN WIJFFELS

HUMAN CAPITAL AGENDA
"IEDERS TALENT OPTIMAAL BENUTTEN"



jansnel

Jan Snel bouwt slimmer, sneller én schoner

Jan Snel bouwt en levert woningen van de hoogste kwaliteit.

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

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

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



MAATREGELEN

Als ondernemer is het altijd zaak te anticiperen op dingen die (misschien) komen gaan, maar hoe doe je dat in hemelsnaam in tijden als deze? Schreef ik naar aanleiding van de in juni aangekondigde versoepelingen in de eerste versie van dit voorwoord nog dat het licht aan het eind van de tunnel steeds feller begon te schijnen, worden de duimschroeven rond de coronamaatregelen toch ineens weer steviger aangedraaid. Nachtleven op slot, toch weer thuiswerken, evenementen die worden afgelast. De kreet 'summer of love' werd met enig sarcasme al snel weer ingeruild voor 'het waren twee fantastische weken'.

Onlangs verklaarden VNO-NCW en MKB-Nederland in de media begrip te hebben voor de maatregelen van het demissionaire kabinet die op het moment van schrijven weer van kracht zijn. Niettemin benadrukten zij dat deze maatregelen uiterst wrang zijn voor ondernemers die wel alles uit de kast hebben gehaald om veilig en verantwoord hun deuren weer te openen. "De huidige ontwikkeling van het virus onderstreept de voorbarigheid van het eerdere kabinetsbesluit om het steunpakket na het derde kwartaal niet te verlengen", aldus VNO-NCW en MKB-Nederland.

Ook vakbond CNV vindt dat het afbouwen van de coronasteunpakketten veel te vroeg komt. Veel bedrijven zijn volgens de organisatie nog niet hersteld van de coronacrisis. "Deze abrupte afbouw brengt veel ondernemers onnodig in de problemen. En daarmee werkenden in veel sectoren die onder druk staan", verklaart Piet Fortuin, voorzitter van CNV in Trouw.

Het bedrijfsleven moet het in principe vanaf oktober dus weer op eigen kracht redden. Alleen als het coronavirus oplaait en bedrijven op grote schaal de deuren weer moeten sluiten, komen mogelijk nieuwe steunmaatregelen in beeld.

Ik ben nu vooral benieuwd naar hoe we er na de zomer voor staan. We moeten optimistisch blijven. En dan maar hopen dat vanaf 14 augustus weer meer mogelijk is.

Hartelijke groet,

Teun van Thiel
Hoofdredacteur Utrecht Business
teun@utrechtbusiness.nl



- 6** Herman Wijffels: “Grote veranderingen komen uit de samenleving, nooit van bovenaf”
- 11** Column: Kersverse ouders en hun recht op verlof
- 12** Hybride werken wordt de norm: gamechanger voor mobiliteit?
- 16** Zo word je aantrekkelijker voor klanten
- 19** Literatuur
- 20** Bereikbaarheid cruciaal voor regionale groeiopgave
- 22** Human Capital Agenda: “Ieders talent optimaal benutten”
- 24** Online communities: blijf ook online in contact met je zakenrelaties
- 28** Actiever en gezonder op de werkvloer!
- 30** Wat zegt non-verbale communicatie over je gesprekspartner?
- 33** Kwart thuiswerkers wil niet volledig terug naar kantoor
- 34** Karakter of eigenschappen?
- 36** CMC Bedrijfsmakelaars bedient regio's Vallei en Utrecht met oplossingsgerichte aanpak
- 38** Brede welvaartsindicator waardevolle graadmeter
- 41** Quiet please: regie over je eigen leven
- 42** Frustratie: ergeren aan digibeten op het werk



Zakenmagazine voor ondernemers en managers in de regio Utrecht

JAARGANG 35
augustus 2021, editie 2

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

UITGEVER
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE
Teun van Thiel

REDACTIEMEDEWERKERS
Hans Hajée, Aart van der Haag

VORMGEVING
Jan-Willem Bouwman, Joost Franken,
Lisanne Cobussen

COVERFOTO
Allard One/Shutterstock

DRUK
Balmedia
ISSN: 1387 - 9707

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

Advertentietarieven op aanvraag

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

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

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

www.utrechtbusiness.nl



22



24



30



41

Via interviews, optredens en boeken deelt Herman Wijffels zijn levenslessen en visie op de toekomst.

DE LESSEN VAN HERMAN WIJFFELS

“GROTE VERANDERINGEN KOMEN UIT DE SAMENLEVING, NOOIT VAN BOVENAF”

Als geen ander kan Herman Wijffels complexe ontwikkelingen analyseren en hun onderlinge samenhang duiden. De voormalige bankier, SER-voorzitter en topman bij de Wereldbank is al decennialang voorvechter van een samenleving die niet focust op economische groei maar de planeet centraal stelt. Ook in de herfst van zijn loopbaan deelt Wijffels met verve zijn inzichten over de noodzakelijke transities. “Vernieuwing zal met name van de jonge generaties komen.”

Herman Wijffels was voorzitter van de hoofddirectie van Rabobank Nederland, SER-voorzitter en bewindvoerder bij de Wereldbank. Als informateur legde hij het fundament voor het kabinet Balkenende IV. Tot een politieke carrière kwam het niet. Wijffels wordt wel de beste minister-president genoemd die Nederland nooit heeft gehad. In zijn huidige levensfase heeft Wijffels (79) een helder omlinjende opgave. “Via interviews,

optredens en boeken deel ik mijn levenslessen en visie op de toekomst. Verder ben ik betrokken bij organisaties die bezig zijn met transities.”

GROTERE KRACHTEN

Die transities zijn onontkoombaar, stelt Wijffels. “De afgelopen eeuw stond in het teken van industriële ontwikkeling en groei. Dat heeft veel welvaart opgeleverd. Levensomstandigheden

en gezondheid van mensen zijn sterk verbeterd. Maar inmiddels weten we dat de manier waarop dat is gebeurd, geleid heeft tot een enorme aantasting van onze planeet. Het is een doodlopende weg." De corona-uitbraak drukt ons met de neus op de feiten. "Les van de pandemie is voor mij vooral dat als wij er niet in slagen in harmonie met de natuur te leven, we te maken krijgen met krachten die groter zijn dan wijzelf. Ik hoop dat mensen er van doordrongen raken dat het echt anders moet."

FEMINIENE WAARDEN

Wijffels ziet de zo noodzakelijke verandering vooral als een culturele opgave. "De rol van de mens in het leven en bij de manier waarop onze welvaart tot stand komt, zijn toe aan een herdefinitie. Dat vereist een verandering van het waardenpatroon. Masculiene waarden hebben ons veel gebracht maar hun impact is nu vooral negatief, soms zelfs destructief. Ze vormen een bedreiging voor de toekomst van de planeet. We moeten ons niet beschouwen

"JONGEREN HEBBEN EEN VANZELF-SPREKENDE DRIVE OM DE TOEKOMST VAN DEZE PLANEET VEILIG TE STELLEN."

als boven en buiten de natuur maar als integraal onderdeel ervan. En zorgen voor condities waaronder het leven in al haar facetten kan floreren; *planet first*. Daar hoort een feminien waardenpatroon bij met aspecten als zorgzaamheid, vertrouwen en verbinding. Deze waarden moeten tegenwicht bieden aan de mannelijke krachten." De titel van Wijffels' meest recente boek - *De Gulden Snede* - verwijst naar de ideale verhouding tussen beide elementen. "Mannelijke waarden blijven zeker nodig, maar wel in de juiste balans met feminiene."

VEELBETEKENENDE STAP

De beweging waarbij mensen de planeet op de eerste plaats stellen, krijgt volgens Wijffels vanaf het laatste kwart van de vorige eeuw steeds meer momentum. "Maar er moet nog veel gebeuren. Daarom is het zo belangrijk dat een organisatie als VNO-NCW de handschoen oppakt als het gaat om de verantwoordelijkheid van bedrijven bij grote maatschappelijke opgaven. Begin

dit jaar werd ondernemen voor brede welvaart als leidraad vastgelegd. Een veelbetekenende stap; het is geen toeval dat dit gebeurt nu met Ingrid Thijssen een vrouw aan de leiding staat van VNO-NCW."

OOGSTEN UIT OVERVLOED

Een van de cruciale maatschappelijke opgaven is de energietransitie. "Ik vind het jammer dat de Nederlandse politiek deze transitie vooral *framet* als een verplichting vanuit de EU en het akkoord van Parijs. Terwijl het zoveel meer is; een geweldige mogelijkheid om ons leven beter te maken. Via nieuwe methoden van energieproductie is het niet langer nodig bestaande voorraden op een vervuilende manier uit te putten. We kunnen een systeem creëren waarbij geoogst wordt uit de overvloed aan energie die dagelijks vanuit de ruimte op aarde beschikbaar komt. Dit is voor mij de essentie van de energietransitie. En dat levert een aantrekkelijk perspectief op voor ondernemende mensen. Niet alleen binnen bedrijven maar zeker ook voor burgers, bijvoorbeeld als zij zich verenigen in energiecoöperaties."

OPGAVE VOOR RABOBANK

Financiële instellingen maakten de industriële ontwikkeling mede mogelijk. "Eenzelfde rol is nu nodig bij de grote transities waar wij voor staan. Zo moeten voor de energietransitie tal van processen worden aangepast. Er zijn enorme investeringen nodig in nieuwe infrastructuur. Banken, pensioenfondsen maar ook de Europese centrale bank moeten zich de komende decennia in dienst stellen van deze en andere opgaven die samenhangen met de transities." Specifiek voor 'zijn' Rabobank - Wijffels was er van 1986 tot 1999 bestuursvoorzitter - ziet hij een opgave om de landbouw- en voedselsector te ondersteunen bij de overgang naar productiemethoden die de natuur ontzien.

WELKOM PERSPECTIEF

Na de uitwassen van de afgelopen decennia geeft de bijdrage aan een nieuwe samenleving de financiële sector een welkom perspectief. "Daar ligt hun toekomst. Dat is ook de boodschap die ik jonge Rabo-medewerkers in een recente videotoespraak heb meegegeven." In het verlengde daarvan: zou

"VEEL TIJD VERLOREN"

Ook de arbeidsmarkt staat voor een ingrijpende transitie. Er is veel uitstroom in overschotsectoren, tegelijkertijd zijn er beroepen met grote tekorten en groeipotentie. Door digitalisering neemt deze dynamiek verder toe. Ook functie-eisen wijzigen steeds sneller.

In een interview uit 2006 in *Business* gaf Herman Wijffels al aan dat groei en ontwikkeling een leven lang vanzelfsprekend moeten zijn. Het is belangrijk om talent te accommoderen, onder meer via persoonlijke ontwikkelingsregelingen, stelde hij destijds. "Tijdens mijn laatste jaar als voorzitter in 2006 is geprobeerd om de opzet van zo'n landelijk systeem in het middellangetermijnadvies van de SER te krijgen. Jammer genoeg lukte dat niet; werkgevers vonden het te duur, de vakbeweging gaf de voorkeur aan meer loon."

Mismatch

Ondertussen is veel tijd verloren. De mismatch op de arbeidsmarkt vraagt om grote inspanningen. "De vergrijzende beroepsbevolking moet leren werken met nieuwe technologie. De eisen die aan vaardigheden worden gesteld, veranderen in hoog tempo. Ik hoop van harte dat het nu wel lukt om een systeem op te tuigen dat werknemers ondersteunt bij deze dynamiek. Niet alleen om bestaande functies te kunnen blijven vervullen, ook bij de begeleiding van werk naar werk, als het perspectief in de huidige baan of sector ontbreekt."

meet your best self in our hotel

Zoek jij een passende locatie voor een snelle brainstorm, een langere trainingssessie, een meerdaags congres of wil je groots uitpakken met een inspirerend event? Welke sfeer, ambiance, prijsniveau of ontmoetingsmomenten je ook zoekt, wij zorgen dat jouw resultaten worden behaald!



CARLTON PRESIDENT | FLORAWEG 25, UTRECHT | TEL: 030 241 4182 | WWW.CARLTON.NL/PRESIDENT

Slim&Duurzaam



vandenpol.com



Wijffels ook in de huidige tijd topman bij de coöperatieve bank willen zijn? “Ik heb er de leeftijd niet meer voor,” lacht hij. “Maar gezien de enorme potentiële impact bij alle veranderingen lijkt het me fantastisch daar nu binnen de bank aan bij te kunnen dragen.”

BOODSCHAP BEGRIJPEN

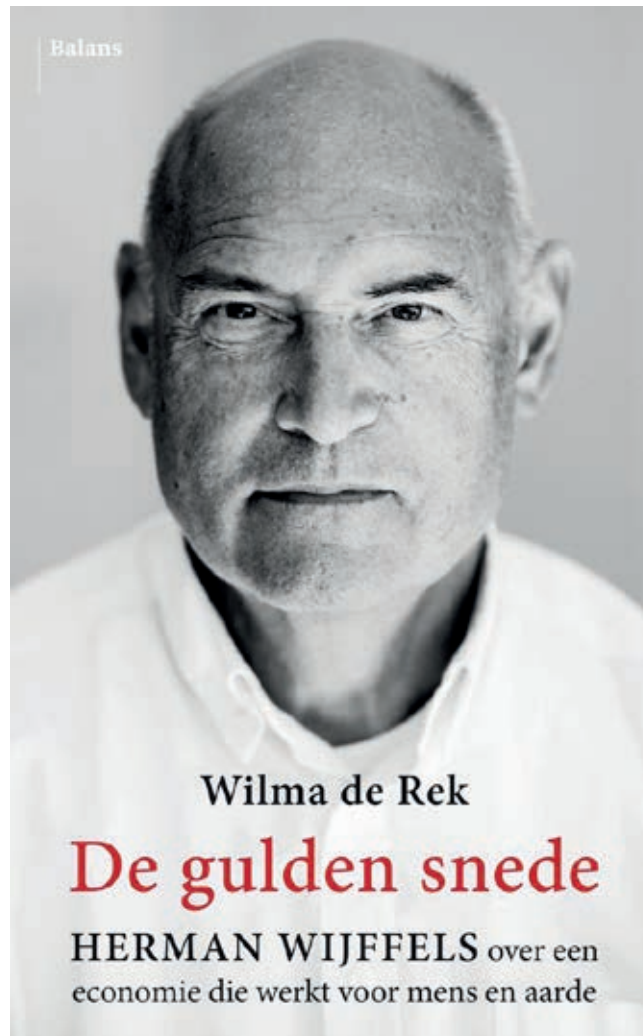
Grote transitie stuiten per definitie op weerstand. “Met het algemeen belang als drijfveer vragen ze om een gedragsverandering. Om de hulpbronnen in brede zin – in het Engels gebruiken ze daarvoor het woord commons – in stand te houden, moeten we onszelf beperkingen opleggen. Dat niet iedereen daartoe bereid is, blijkt eens te meer bij de coronamaatregelen. Een groep men-

“DE ENERGIE-TRANSITIE LEVERT EEN AANTREKKELIJK PERSPECTIEF OP VOOR ONDERNEMENDE MENSEN.”

sen stelt de individuele vrijheid boven alles en weigert om hun gedrag aan te passen. Gelukkig begrijpen velen de boodschap wel. Ze accepteren bijvoorbeeld dat wij een mondkapje moeten dragen om anderen te beschermen. Deze cultuurstrijd doet zich op tal van plaatsen voor. Denk aan klimaat en milieu, maar ook bij sociale en institutionele commons. Veel aspecten van het gemeenschappelijk belang verdienen meer aandacht dan ze de afgelopen periode hebben gekregen.”

NIET TE STOPPEN

Ondanks de weerstand is Wijffels vol vertrouwen. “Mensen zijn de succesvolste soort op deze planeet omdat we in staat zijn waar te nemen en te reflecteren. Reflectie is een essentiële bron van verandering. Als iets onhoudbaar blijkt, proberen we daar wat aan te doen. Steeds meer mensen komen op basis van waarneming en reflectie tot de con-



In het boek *De Gulden Snede* is onder meer aandacht voor de ideale verhouding tussen masculiene en feminiene waarden.

clusie dat het anders moet. En het kan ook anders, het kan beter. Daarom laat de noodzakelijke ontwikkeling zich niet stoppen.”

DUN GEZAAID

Om de samenleving door transitie te loodsen, zijn bestuurders en politici met visie gevraagd. Aansprekende leiders met het vermogen om ontwikkelingen te duiden, tegenstellingen te overbruggen en mensen te enthousiasmeren. “Dergelijke leiders zijn dun gezaaid. Toch verbaast dat niet echt. Kijk je naar de geschiedenis dan komen grote veranderingen nooit van bovenaf. Ze zijn

afkomstig uit de samenleving, van personen en groepen die als eerste op basis van waarneming en reflectie komen tot vernieuwing. Daarom moeten burgerinitiatieven en private organisaties het voortouw nemen. De eerdergenoemde focus van VNO-NCW op brede welvaart is een goed voorbeeld.”

Ander actueel voorbeeld is de uitspraak van de rechter dat Shell veel meer moet doen om klimaatverandering te voorkomen. Deze inspanningen worden niet afgedwongen via wetten of regels maar zijn het resultaat van een door Milieudefensie aangespannen rechtszaak.

VISIONAIRE KRACHTEN

Pas als een beweging in de samenleving voldoende substantie krijgt, volgt de politiek, stelt Wijffels. “Opvallend is dat de meest visionaire, vooruitstrevende krachten op dit moment in Brussel te vinden zijn. Denk aan de Green Deal en de oriëntatie op een bredere rol van de Europese Centrale bank. Waarschijnlijk is het geen toeval dat de personen achter deze beweging niet herkozen hoeven te worden. Ze staan op meer afstand van bestaande kortetermijnbelangen en de waan van de dag.”

JONG EN OUD

Net als de samenleving moeten volgens Wijffels ook leiders hun waardenpatroon aanpassen voor de opgaven van de komende tijd. “Zij moeten als het ware hun *operating system* resetten. Bestuurders en ondernemers die in de toekomst relevant willen zijn, moeten dit ‘binnenwerk’ gedaan hebben. Ze moeten hun uit de industriële tijd afkomstige software herschrijven en geschikt maken voor de 21e eeuw.”

Voor de jongere generatie is dat niet nodig. “Jongeren hebben een vanzelfsprekende drive om de toekomst van deze planeet veilig te stellen. Zij voelen een sterke verbondenheid met het leven, met de natuur. Daarom zal vernieuwing met name van de jonge generaties komen. Wij, de oudere generaties, moeten ze daarbij zoveel mogelijk ondersteunen. Maar vooral: niet in de weg lopen.”

Is uw huidige
schoonmaakcontract
flexibel en
Coronaproof?

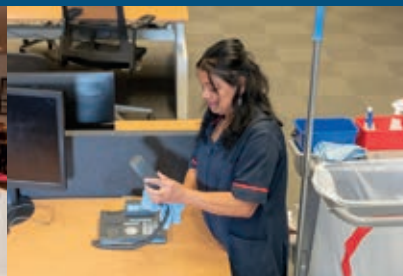
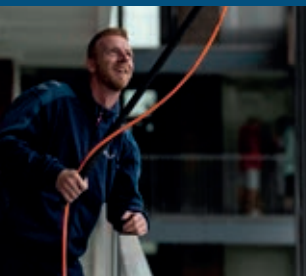
Met onze gratis
Quickscan maken
wij het voor u
inzichtelijk.

Kijk op dasleuk.nl



Pompmolenlaan 19c
3447 GK Woerden

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





mr. Lisa Schouten
 Van Benthem & Keulen Advocaten & Notariaat
 e-mail: lisaschouten@vbk.nl
 telefoon: +31 30 259 55 52

KERSVERSE OUDERS EN HUN RECHT OP VERLOF

Het krijgen van een kind brengt veel verandering en verantwoordelijkheid met zich. Men vindt het vanzelfsprekend dat een kersverse moeder een aantal weken voor de geboorte met verlof gaat en daarna een aantal maanden met haar kind doorbrengt voordat zij weer aan het werk gaat. Het belang van de vader om tijd met het kind door te brengen, leek lange tijd ondergeschikt. Inmiddels is hier enigszins verandering in gebracht. In deze column komen de verschillende verlofsoorten aan bod die aan de orde kunnen zijn rondom de geboorte van een kind, evenals een nog te verwachten wetswijziging.

ZWANGERSCHAPS- EN BEVALLINGSVERLOF

De meest bekende verlofsoort is toch wel het zwangerschaps- en bevallingsverlof, dat tezamen tenminste 16 weken duurt. Tijdens deze periode betaalt het UWV 100% van het salaris van de (aanstaande) moeder (voor zover dat niet hoger is dan het maximumdagloon).

(AANVULLEND) GEBOORTEVERLOF VOOR PARTNERS

De partner had op basis van de wet eerst alleen recht op betaald verlof op de dag van de bevalling en de twee dagen erna. Indien gewenst kon de vader nog drie dagen extra onbetaald verlof genieten, welke dagen dan van het - tevens onbetaalde - ouderschapsverlof werden afgetrokken.

Sinds 1 januari 2019 hebben partners recht op een week volledig betaald geboorteverlof. Met ingang van 1 juli 2020 is daar het aanvullend geboorteverlof bij gekomen, op basis waarvan partners vijf extra weken verlof kunnen opnemen. In deze periode ontvangt de partner een uitkering van het UWV ter hoogte van 70% van het salaris (voor zover dat niet hoger is dan het maximumdagloon).

WETSVORSTEL BETAALD OUDERSCHAPSVERLOF

Verder kunnen ouders onder de huidige wetgeving 26 weken onbetaald ouderschapsverlof opnemen in de eerst acht levensjaren van hun kind. Een deel daarvan wordt volgend jaar waarschijnlijk wel betaald. Op 21 april 2021 heeft de Tweede Kamer namelijk ingestemd met het Wetsvoorstel betaald ouderschapsverlof. Het wetsvoorstel ligt nu (medio juni) bij de Eerste Kamer. Het is de bedoeling dat deze wet in werking treedt op 2 augustus 2022. Als het doorgaat, dan worden de eerste negen weken van de 26 weken ouderschapsverlof gedeeltelijk (namelijk tot 50% van het salaris, voor zover dat niet meer bedraagt dan het maximumdagloon) betaald door het UWV. Voorwaarde voor deze uitkering is wel dat deze negen weken worden opgenomen in het eerste levensjaar van het kind.

ANDERE AFSPRAKEN

Uiteraard is het mogelijk uit de eventueel toepasselijke cao of de arbeidsovereenkomst gunstigere regels volgen rondom de hierboven genoemde verlofsoorten. In dat geval gelden die afspraken.



12

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 Amelisweerd? 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.



LUISTER NAAR

Licht op legal

ONZE TWEEWEEKELIJKSE PODCAST

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

VAN BENTHEM & KEULEN

ADVOCATEN | NOTARIAAT

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?

15

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**



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



LIBERI

Hulp bij stress en burn-out

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

Vraag een gratis consult aan:
www.liberi.nl



Bescherm uzelf en uw omgeving!



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

Hygiënisch reinigen

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

- ✓ Droogt streeploois 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



PRAKTIJKGIDS INFOGRAPHICS ONTWERPEN

Door Jos van den Broek

Een beeld zegt meer dan duizend woorden. Maar dan moet het wel een krachtig beeld zijn dat de juiste boodschap overbrengt. In een steeds visueler ingestelde maatschappij zijn infographics onmisbare instrumenten. Of het nu gaat om de routing in een warehouse, een toelichting bij formulieren van officiële instanties of het beschrijven van complexe processen binnen bedrijven.

Het toegenomen belang zorgt er ook voor dat impact van slecht uitgevoerde infographics groot is. Daarom noemt Jos van den Broek goed ontworpen beeldmateriaal zelfs een maatschappelijke noodzaak. Van den Broek heeft ruime ervaring als auteur en vormgever van wetenschappelijke lectuur. Eerder schreef hij het boek *Beeldtaal*. Met de *Praktijkgids infographics ontwerpen* richt hij zich op beginners. Een groot aantal voorbeelden en tientallen opdrachten helpt deze doelgroep om de benodigde vaardigheden in de vingers te krijgen.

240 pag. ISBN 978-94-6372-296-4. € 29,99. Amsterdam University Press.



DE CAMBRIDGE CODE

Door Emma Loveridge en Carly Moloney

Uitgangspunt van *De Cambridge Code* is dat je vooral in de eerste achttien jaren van je leven wordt gevormd.

In die periode wordt bepaald hoe iemand denkt en handelt. Daarom is het cruciaal dat je dit onderbewuste achterhaalt. Daartoe is de online Cambridge Code-test ontwikkeld met zo'n veertig vragen. Elk boek bevat een unieke code waarmee je de test kunt doen. De antwoorden vormen de brandstof voor een analyse met behulp van algoritmes. Via twaalf mentale gebieden in de hersenen leidt dit tot een röntgenfoto van je geest, het DNA van je gedachten zoals de auteurs het noemen.

Veranderen kun je dit niet. Maar deze zelfkennis is wel waardevol gereedschap om denken en handelen te sturen en daardoor bewuster te leven. Daar kun je veel baat bij hebben in relaties, bij vriendschappen, werk en gezondheid.

184 pag. ISBN 978-90-0037-020-7. € 20,99. Spectrum.



50 LESSEN VOOR ONDERNEMERS

Door Jürgen Ingels

Ondernemen is een ervaringsvak. Er bestaat geen gegarandeerde route naar succes maar wijze lessen komen zeker van pas. Vandaar dat de Belgische serieondernemer Jürgen Ingels zijn in de loop der jaren opgedane ervaringen deelt in 50 lessen voor ondernemers. De evenzoveel hoofdstukken hebben intrigerende titels als 'Het kalkoensyndroom', 'De bar, het kloppend hart van elk kantoor' en 'Culturele kennis en een sterke lever'. Verder geeft Ingels twintig redenen waarom startups falen. Daarbij put hij zowel uit zijn eigen ervaring met jonge bedrijven als uit de analyse van gesneefde starters. Naast een goed team, een substantiële markt, een uniek product en voldoende kapitaal noemt de auteur tijd als de vijfde cruciale succesfactor. Bedrijven die maximaal efficiënt opereren, kunnen de hiermee gewonnen tijd gebruiken om een concurrentievoorsprong op te bouwen. Want in een periode waarin ontwikkelingen alsnog sneller gaan, is tempo maken een vereiste.

202 pag. ISBN 978-94-0146-176-4. € 29,99. LannooCampus.



THEEDOZEN EN OLIFANTENPAADJES

Door Ronald Koopman

Een rommelige theedoos die hij aangereikt kreeg tijdens een café-bezoek gebruikt Ronald Koopman als metafoor voor dienstverlening die goed is bedoeld maar slecht uitgevoerd. Daar kunnen tal van oorzaken aan ten grondslag liggen. Rode draad daarbij: oog voor detail, of beter: het gebrek daaraan. Een scherpe blik helpt bij het identificeren van kansen voor verbetering bij service en klantbeleving. Koopman noemt onder meer olifantenpaadjes; onbedoeld gedrag van klanten dat duidelijk maakt wat zij echt willen. Door daar rekening mee te houden, scoor je punten.

Je gaat het pas zien als je het door hebt. De frisse kijk van een buitenstaander kan daarom wonderen doen. Maar als je je bewust bent van de mechanismen kun je als bedrijf zelf een heel eind komen. De eyeopeners in dit boek helpen zeker bij de zoektocht naar theedozen en olifantenpaadjes in de eigen organisatie.

191 pag. ISBN 978-94-9317-124-4. € 22,50. BigBusinessPublishers.



BEREIKBAARHEID CRUCIAAL VOOR REGIONALE GROEIOPGAVE

VIJF, TIEN OF VIJFTIEN MINUTEN?

De regio Utrecht staat voor een forse schaa sprong. Tot 2040 is er behoefte aan 125.000 nieuwe woningen en 80.000 werkplekken. De stad Utrecht groeit waarschijnlijk naar zo'n 455.000 inwoners, 100.000 meer dan nu. Al deze mensen doen een beroep op mobiliteit, voorzieningen en recreatiemogelijkheden. Om de groeitaak tot een succes te maken, schetst Utrecht Nabij een ontwikkelperspectief voor de verstedelijking en bereikbaarheid van de regio. Beide elementen zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden.

Als richtsnoer voor de toekomstige groei presenteren Rijksoverheid, provincie Utrecht, zestien Utrechtse gemeenten, NS en ProRail eind november 2020 een gezamenlijk ontwikkelperspectief voor de Metropoolregio Utrecht: Utrecht Nabij. Hierin is een integrale visie vastgelegd voor wonen, werken, bereikbaarheid en leefbaarheid. Het gaat om de periode tot 2040 met een doorkijk naar 2050.

NABIJHEID

Leitmotiv bij de gezamenlijke toekomstvisie is nabijheid. Werk, opleidingen, winkels, gezondheidszorg, sport, recreatie en groen; alles moet zoveel mogelijk te voet, per fiets of met het openbaar vervoer goed bereikbaar zijn. In de stad Utrecht zelfs binnen tien minuten, is de ambitie.

GOED GEZELSCHAP

Met de focus op nabijheid is de regio Utrecht in goed gezelschap. Zo presenteerde de Parijse burgemeester Anne Hidalgo voorafgaand aan haar herverkiezing een plan waarbij alle voorzieningen in de Franse hoofdstad lopend, per fiets of met het openbaar vervoer binnen een kwartier bereikbaar zijn. In steeds meer landen is deze vijftien minuten-filosofie leidraad bij de ontwikkeling van stedelijke gebieden. Een trendbreuk met het verleden, toen steden veelal ontwikkeld werden met de auto als primair vervoermiddel.

LINEAIRE STAD

Opvallende variant op de kwartier-metropool – maar dan met een blanco vel papier als uitgangspunt – is *The Line*: het plan voor een nieuwe lineaire stad met



Openbaar vervoer speelt een sleutelrol bij de groei van de regio Utrecht (foto Allard One/Shutterstock).

een miljoen inwoners zonder auto's of straten. Alle woningen worden gerealiseerd op vijf minuten loopafstand van essentiële faciliteiten. Hogesnelheidstransport, nutsvoorzieningen, digitale infrastructuur en logistiek lopen samen in een vrijwel rechte lijn – onzichtbaar want ondergronds – van de kust van de Rode Zee tot het noordwesten van Saoedi-Arabië. Deze *backbone* verbindt de verschillende gemeenschappen van de nieuwe megastad. Ontwikkelaar van The Line is Neom met de omstreden Saoedische kroonprins Mohammed bin Salman als boegbeeld.

REGIOPOORTEN

Een blanco blad is de regio Utrecht zeker

niet. Bestaande bebouwing, infrastructuur en groen vormen de basis voor toekomstige groei.

Nieuwe ontwikkelingen moeten volgens Utrecht Nabij geconcentreerd worden in het stedelijk kerngebied; de stad Utrecht plus Maarsse, Nieuwegein en IJsselstein. Ook rond grotere regionale ov-knooppunten liggen mogelijkheden voor uitbreiding. Zeven gemeenten hebben potentie voor binnenstedelijke verdichting. Deze zogeheten Regiopoorten zijn De Bilt-Bilthoven, Breukelen, Bunnik, Houten, Vianen, Woerden en Zeist-Noord.

Niet alleen stedelijke locaties, ook kleine en middelgrote kernen moeten zich kunnen blijven ontwikkelen. Binnen randvoorwaarden krijgen zij in Utrecht Nabij ruimte om te groeien en zo hun vitaliteit te behouden.

GROENE POORTEN

Door de toename van bevolking en bebouwing moet zorgvuldig worden omgegaan met de natuur in de regio. Utrecht Nabij stelt dat het groen moet meegroeiën om de leefbaarheid te borgen. Daartoe moet zowel geïnvesteerd worden in meer als in beter groen. Ook moet aandacht zijn voor de bereikbaarheid ervan. Ov-knooppunten nabij waardevolle landschappen – Groene Poorten – dienen als toegang tot de natuur.

GROTE U EN METROPOOLPOORTEN

De opstellers van het ontwikkelperspectief zien vooral veel kansen voor verdichting in een U-vormig gebied rond de Utrechtse binnenstad. Deze zogenaamde Grote U loopt van Zuilen en Leidsche Rijn Centrum via Westraven, Lunetten-Koningsweg en het Utrecht Science Park naar Overvecht. Om de binnenstad en Utrecht Centraal te ontlasten, moeten in de Grote U aanvullende Metropoolpoorten worden ontwikkeld met een aantrekkelijk woon- en werkklimaat. Cruciaal is dat deze stedelijke ov-knooppunten beschikken over een goede verbinding met zowel de regio als de rest van het land. Het gaat om Lunetten-Koningsweg-Utrecht Science Park, de A12-zone en Leidsche Rijn-Zuilen.

CLUSTERS VERSTERKEN

Ook bij de uitbreiding van werkgelegenheid kiest Utrecht Nabij vooral voor de Grote U. Bestaande economische clusters worden er versterkt: onderzoek en innovatie in het Utrecht Science Park, maakindustrie en circulaire economie op Lage Weide, kantoren in Leidsche Rijn en Lunetten, regionale

distributie plus logistiek in Liesbosch en Laagraven.

MULTIMODALE MOBILITEIT

Om bij al deze ontwikkelingen de bereikbaarheid te waarborgen – en nabijheid als leidend principe ook daadwerkelijk te realiseren – speelt mobiliteit een sleutelrol. Utrecht Nabij pleit voor een samenhangend multimodaal systeem. Om bewoners voldoende alternatieven te geven moet de regio inzetten op zowel fiets, openbaar vervoer als weg. Nadruk ligt op gezonde en veilige mobiliteit; meer wandel- en fietspaden, aanvullend ov.

2,1 MILJARD

Nieuwe infrastructuur is niet alleen essentieel voor de groei van de regio, het vergt ook enorme investeringen. Groot was daarom de teleurstelling toen begin april duidelijk werd dat een Utrechtse aanvraag voor het Nationaal Groeifonds is afgewezen. Inzet van het 2,1 miljard euro kostende plan: twee tramlijnen – via de Merwedekanaalzone naar IJsselstein en een verlenging van de Uithoflijn richting Zeist – en het nieuwe intercystation Lunetten-Koningsweg.

Volgens de beoordelingscommissie is onvoldoende aangetoond dat het Utrechtse plan de meest sobere en doelmatige oplossing is. Verder vindt de commissie de ingediende aanvraag te omvangrijk voor het Nationaal Groeifonds. Voor de financiering is ook een bijdrage nodig uit andere bronnen, aldus de beoordelaars. De *overall* kwaliteit van het plan werd als “gering” betiteld. Positief was de commissie over de integrale benadering van woningbouw, werkgelegenheid en ov-bereikbaarheid. Ook het nationale belang van het nieuwe station Lunetten-Koningsweg wordt onderkend.

OVERUREN VOOR LOBBY

Zowel Provinciale Staten als de Utrechtse gemeenteraad hadden stevige kritiek op het mislopen van een bijdrage uit het Groeifonds. Ter verdediging voerde de Utrechtse wethouder Lot van Hooijdonk aan dat slechts een paar weken tijd was voor het indienen van de aanvraag.

De hoop is nu gevestigd op het nieuwe kabinet. Gezien het nationale belang van zowel de regionale groeiopgave als de functie van Utrecht als draaischijf, zou de bijdrage van het Rijk los moeten staan van een tijdelijke voorziening als het Nationaal Groeifonds. Om dat duidelijk te maken, moet de Utrechtse lobby in Den Haag overuren maken.



VOLGENDE FASE VOOR REGIONALE HUMAN CAPITAL AGENDA

“IEDERS TALENT OPTIMAAL BENUTTEN”

De coronacrisis maakt knelpunten op de arbeidsmarkt versneld zichtbaar. Het besef dat extra inspanningen nodig zijn, wordt breed gedragen in de regio Utrecht. Daarbij is een sleutelrol weggelegd voor de Human Capital Agenda. Deze alliantie geeft impulsen aan transitie van werk naar werk, een leven lang ontwikkelen en digitale vaardigheden. “Zo zorgen we ervoor dat de regio economisch en maatschappelijk sterker wordt.”

De regio Utrecht heeft een vitale arbeidsmarkt met veel werkgelegenheid. “Toch zijn er punten van zorg,” zegt Jan Bogerd. Hij is bestuursvoorzitter van Hogeschool Utrecht en voorzitter van de stuurgroep van de regionale Human Capital Agenda (HCA). “Denk aan de versnelde krimp in sectoren als financiële dienstverlening. De digitalisering gaat daar hard en dat kost arbeidsplaatsen; een aanhoudende trend.” Daarnaast zijn er branches met grote tekorten: zorg, onderwijs, ICT en techniek. “Ook die zijn veelal structureel, gezien de grote vraag en de demografische ontwikkeling.”

Opgave is om overschotten toe te leiden naar vragende sectoren. “Daarvoor zijn switches nodig die niet vanzelfsprekend

zijn. Ze verlopen vaak noodgedwongen, via werkloosheid of een rol als zzp’er. Het is veel beter om te anticiperen en mensen van werk naar werk te begeleiden.”

PIRAMIDE WORDT ZANDLOPER

Naast de mismatch tussen vraag en aanbod kent de regionale arbeidsmarkt volgens Bogerd een aantal kwetsbaarheden. “Zoals het forse aandeel zzp’ers en flexkrachten, bijvoorbeeld in sectoren als horeca en evenementen. Ook is sprake van verregaande baanpolarisering. Er is veel vraag naar hoger en lager opgeleiden terwijl in de tussengroep juist banen verdwijnen. Dat zijn vaak functies die het eenvoudigst te automatiseren zijn. De piramide van vroeger is een zandloper

geworden. Daarom moeten we de waardering voor praktisch werk blijven benadrukken. En mensen uit de middencategorie uitdagen om via scholing door te stromen naar hogere functies.”

Derde factor die aandacht behoeft: digitale vaardigheden. “Die schieten in de regio op alle niveaus tekort.”

TOEKOMSTGERICHTE BEROEPSBEVOLKING

Bogerd’s analyse maakt duidelijk dat extra inspanningen nodig zijn. “Dat besef wordt breed gedragen in de regio,” zegt Ramses de Groot. Namens de Economic Board Utrecht is hij domeinmanager van de Human Capital Agenda. Als kwartiermaker is De Groot betrokken bij de volgende fase

van dit samenwerkingsverband tussen overheden, onderwijsinstellingen en bedrijfsleven. “Al jarenlang adresseert de HCA de noodzaak tot een gezamenlijke aanpak van arbeidsmarktopgaven. Eerder lag de nadruk vooral op het bouwen van een netwerk en het aanjagen van samenwerking bij arbeidsmarktinterventies.” Er is veel bereikt; sectoren hebben zich verenigd, nieuwe allianties zijn gevormd. “Nu is het tijd voor een volgende stap. Daartoe hebben de arbeidsmarktregio's Gooi en Vechtstreek, Midden-Utrecht en Amersfoort een ambitieuze agenda vastgesteld. De daarin gemaakte keuzes (zie illustratie) zorgen ervoor dat de regio economisch en maatschappelijk sterker wordt. Door investeringen in een toekomstgerichte beroepsbevolking wordt ieders talent optimaal benut.”

STERKE TROEF

Ook andere regio's werken aan de actuele arbeidsmarktproblematiek. “Met de HCA doen we dat in Utrecht bottom-up, gebruikmakend van de kwaliteit van de regionale netwerken. Een sterke troef,” stelt Bogerd.

Die netwerken zijn tot nu toe vooral sectoraal georiënteerd. De hoge nood in verschillende branches was aanleiding voor de vorming van Utrechtzorg, Utrecht Leert, de Technologieraad en Tech Community. “In de volgende fase is een sector-overstijgende aanpak nodig waarbij de toekomst van de arbeidsmarkt als geheel centraal staat. Arbeidsmarkttekorten kunnen leiden tot kwaliteitsverlies en een rem zetten op de regionale economische ontwikkeling. Om dat te voorkomen, is verbinding tussen branchegerichte netwerken cruciaal.”

GEOGRAFISCHE SCOPE

Het is zaak om de keten te sluiten en de arbeidsmarkt integraal te benade-

ren, benadrukt De Groot. “Niet alleen branche-overstijgend, ook minimaal regiobreed. Maximale impact vereist een grote geografische scope. Daarom is het belangrijk dat Regio Gooi en Vechtstreek aangesloten is bij de HCA. Elk deelgebied heeft andere urgenties. Maar de gehele regio heeft belang bij een gezamenlijke aanpak van digitale vaardigheden en ontwikkel- en transitiepaden. Aansluiting van Hilversum zorgt bijvoorbeeld voor een verbinding met de mediasector; een extra troef bij de overstap van werk naar werk.”

PAD EFFENEN

Bij zo'n transitie zijn er tal van belemmeringen. “Denk aan mogelijk salarisverlies en een toenemende onzekerheid. Wellicht moeten mensen zelfs noodgedwongen verhuizen,” zegt Bogerd. Daarom zijn *drivers* nodig die een overstap aantrekkelijk maken. “Zoals het belang van werk voor persoonlijk geluk en het leveren van een bijdrage aan de samenleving. Verder moeten we operationele aspecten goed organiseren en bovensectorale belemmeringen – kwalificaties, salarisverschillen – wegnemen via een onderliggende structuur. Op die manier wordt het pad geëffend.”

BELANGRIJKE SLEUTEL

Scholing is daarbij een cruciaal aspect. “Het regionale beroepsonderwijs heeft zich verenigd in Beroepsonderwijs Utrecht. Gezamenlijk bouwen zij een platform waar individuele scholingsvragen worden geacommodeerd.” Voor de financiering van scholing lijken de opleiding- en ontwikkelingsfondsen de aangewezen bronnen. “Die zijn tot nu toe sectoraal georganiseerd. Voor een optimale impact moeten deze fondsen bovensectoraal kunnen worden ingezet. Daar ligt een belangrijke sleutel. Ik heb

hoop op verandering ten goede, mede naar aanleiding van uitspraken door de SER-commissie Ondernemerschap tijdens een recent bezoek aan deze regio.”

BEDRIJVENKOEPELS

Het bedrijfsleven reageert positief op de speerpunten van de HCA. “Om deze ambities en doelstellingen naar een systeemniveau te brengen, is een belangrijke rol weggelegd voor bedrijvenkoepels als branche- en ondernemersverenigingen,” stelt De Groot. “Die onderkennen in toenemende mate dat de actuele ontwikkelingen vragen om brede samenwerking.” Vanuit de HCA zijn bijvoorbeeld gesprekken gaande met de BOVAG. “Ook deze brancheorganisatie en haar leden hebben te maken met de intersectorale problematiek. We onderzoeken hoe we elkaar verder kunnen helpen.”

WEES GENEREUS

Bedrijven proberen knelpunten in eerste instantie vaak zelf op te lossen. Bogerd adviseert om daarbij ondersteuning te zoeken bij de eerdergenoemde koepels. “Andere aanbeveling: wees genereus in het stimuleren en faciliteren van een leven lang ontwikkelen. Digitale vaardigheden verdienen prioriteit, ook al komt dat niet altijd rechtstreeks ten goede aan de eigen business. Maar als alle bedrijven hierop inzetten, brengen ze samen het digitale peil van de regionale beroepsbevolking op een hoger plan. Daar profiteert uiteindelijk elke onderneming van.”

KORT EN LANG

Aspecten van de arbeidsmarkttransitie zijn versneld door de gevolgen van de corona-uitbraak. “Uitdaging is nu om oplossingen die voor de korte termijn zijn ontwikkeld te verbinden met de doelstellingen voor de lange termijn. En deze inspanningen in te passen in een duurzaam model, gericht op sectoren die het beoogde toekomstperspectief van de regio versterken. De Regionale Economische Agenda geeft daarbij richting, net als de brede welvaartontwikkeling.”

GROTE STAPPEN

Tweede verbinding waarvoor Bogerd pleit, is die tussen werk & inkomen en economie. “Zowel landelijk als lokaal is het overheidsbeleid op deze gebieden gescheiden. Het eerste aspect is erop gericht mensen aan het werk te houden, bij het tweede gaat het om economische structuurversterking – denk aan de groeifondsen. Door beide elementen te koppelen, kunnen we grote stappen zetten. In de HCA werken overheden, onderwijs en bedrijfsleven samen op het snijvlak van die verbindingen. Dat benadrukt het grote belang van deze alliantie voor de regio.”

Ambities Human Capital Agenda



In Utrecht Region vinden soepele en veilige overstappen plaats naar beroepen met tekorten en groeipotentie



In Utrecht Region is leven lang ontwikkelen voor iedereen vanzelfsprekend



De beroepsbevolking van Utrecht Region is digitaal vaardig



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



TE HUUR

DE BOUW 107, HOUTEN

278 m² kantoorruimte met klimaatbeheersing en energielabel A. De kantoorruimte is gelegen op loopafstand van winkelcentrum, NS-station en wordt turn-key opgeleverd. Huurprijs: € 95,- per m² v.v.o. per jaar.

Voor informatie: **088 432 49 25** of bedrijfsmakelaars.utrecht@mvgm.nl



VAN MUNSTER MEDIA FACTORY

marketing- en communicatiemakers

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

Slim&Duurzaam



vandenpol.com



Zoom. Ook die spontane gesprekken in het koffietentje 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 forumsoftware 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.

Maartje Blijleven





ACTIEVER EN GEZONDER OP DE WERKVLOER!

Gezond zijn betekent veel meer dan vrij zijn van ziekte! Volgens de Wereldgezondheidsorganisatie (WHO) is gezondheid een toestand van volledig fysiek, mentaal en sociaal welzijn en niet louter de afwezigheid van ziekte of gebrek (WHO-grondwet, 1946). Het verbeteren van onze gezondheid vereist dus meer dan eenvoudige toegang tot gezondheidszorgstelsels; het houdt ook in routinematige controle van de gezondheidstoestand, het informeren van burgers over een gezonde levensstijl en het ontwikkelen van initiatieven en beleid ter ondersteuning van een gezonde leefstijl.

Preventieve maatregelen ter ondersteuning van de volksgezondheid lijken van het grootste belang te zijn geworden, gezien de alsmear toenemende ziekten zoals obesitas, diabetes, hart- en vaatziekten en kanker. Deze komen vaker voor dan ooit, omdat we steeds meer geïndustrialiseerd worden terwijl mensen ook steeds meer sedentair (zittende leefstijl en zittend werken) worden naast het eten van energierijke en on-

gezonde voeding (Powles en collega's, 2005; Europees).

HOE KUNNEN WE DE GEZONDHEID VAN DE WERKENDE MEDEMENS EEN POSITIEVE IMPULS GEVEN?

Met die vraag is het afgelopen 1,5 jaar is een internationaal team van 7 partners, met steun van de Europese Unie, aan de slag gegaan met de ontwikkeling van een

'Actief blijven op de werkplek' Sport4Health programma. Het doel van Sport4HealthNet project is mensen stimuleren in het dagelijks leven (en op de werkplek) meer te bewegen en een gezondere levensstijl te behouden. Het project is ontwikkeld voor mensen met een zittende leefstijl en/of mensen die veel zittend werk doen en thuiswerkers, maar is eigenlijk een ideaal oefeningen dossier voor iedereen die actiever wil leven.

Het programma kent 4 onderdelen:

1. De manual: 'Stretching and strengthening at work'
2. De website: <https://sport4healthnet.eu>
3. De app Sport4Health
4. Het Youtube kanaal: Simple Office Workout Sport4Health program

De manual biedt een uitgebreide introductie over het belang van het onderbreken van langdurig zitten op de werkplek en meer dan 70 oefeningen op gebied van lenigheid en spierkracht, om even tussendoor te doen en langdurig zitten te onderbreken.

Voor de website, de app en het Youtube kanaal zijn de oefeningen die beschreven staan in de manual vertaald naar video oefeningen. Korte oefeningen met een duidelijke instructie, om tussendoor de beweging even in te zetten. Op alle drie de platformen zijn de oefeningen los beschikbaar, maar tevens geplaatst in korte workout groepen, voor workouts van 2 a 3 minuten en 3 tot 5 minuten.

DE TOEPASSING?

Dat begint met het nemen van een korte pauze ergens halverwege de ochtend en middag. In die pauze kan met gezamenlijk een oefenserie vanuit het youtube kanaal doen of individueel vanuit de app of vanuit de website. Even tussendoor, vanuit de zit plek, een stretch is natuurlijk ook een prima optie. Het wordt geadviseerd om vooraf altijd even de veiligheid video te bekijken.

THUIS OEFENINGEN!

Het programma leent zich er natuurlijk ook prima voor, om, als je veel thuis werkt, het thuis te gebruiken. Kijk hiervoor de korte video over 'Active at home'.

SOCIAL MEDIA OF VIA DE MAIL

Het programma leent zich er uitstekend voor, om via een besloten groep van een bedrijf, of een mailinglijst, de medewerkers op vaste tijden van video oefeningen te voorzien. Bijvoorbeeld, elke werkdag om 10 uur een stretch oefening en elke dag om 15 uur een spierversterkende break.

Wij, de 7 partners van dit project, hopen erop dat dit programma eraan bij zal dragen dat jij, je collegae, je werknemers en/of je klanten het langdurige zitten gemakkelijker en gemotiveerder kunnen onderbreken met een gezonde onderbreking en dat het bij mag dragen aan een fitter lijf en gezondere leefstijl.

Voor iedereen die de manual wil ontvangen, mail naar info@leefstijlclub.nl

John van Heel
www.new-health.eu
www.leefstijlclub.nl





Deloitte

akd

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 gezichtsbevingingen zoals fronsen of knijpen met de oogleden. Wanneer je in staat bent om die bevingingen 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 ongrijpbare 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 bevingingen 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 bevingingen 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 misschien. 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."

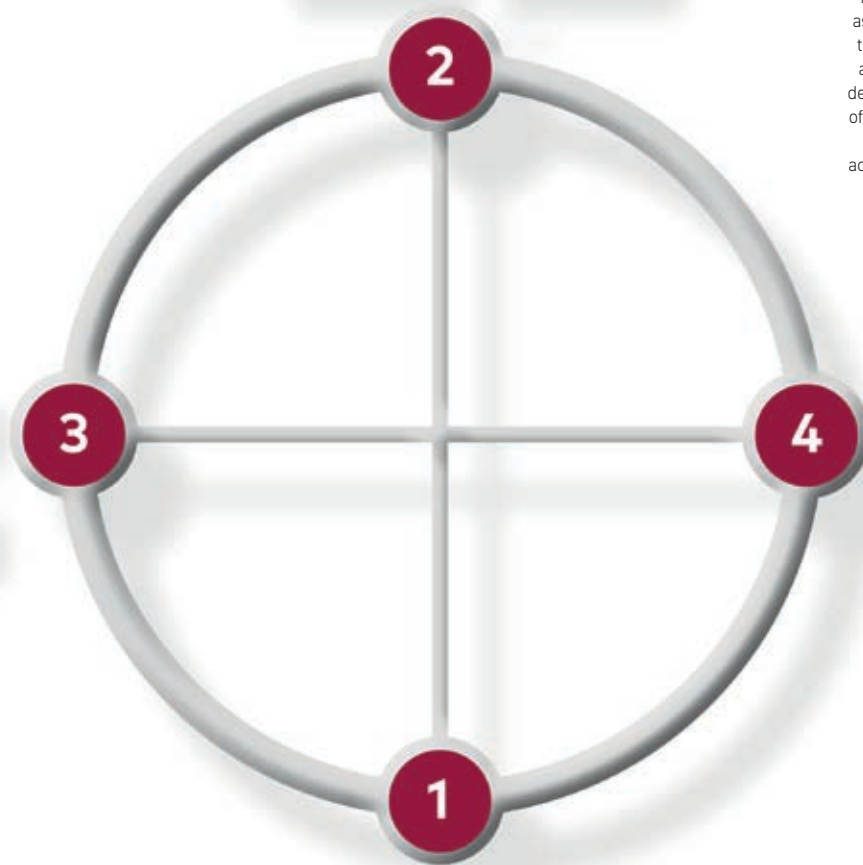
OBJECTIEF

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 beargumenteren 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



Handelen

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.



Analyseren



Toenaderen



Aanpassen



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 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 met alternatieven te komen. Niet duidelijk zijn over wat je wel of niet wilt.

Fronsen en knijpen 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.



KWART THUISWERKERS ZOEKT ANDERE BAAN BIJ TERUGKEER NAAR KANTOOR

Maar liefst 25 procent van alle thuiswerkende Nederlanders gaat op zoek naar een andere baan als zij na afloop van de coronacrisis weer fulltime op kantoor moeten werken. Dit blijkt uit onderzoek van Acties.nl onder 1.004 Nederlanders in loondienst die geregeld vanuit huis werken, uitgevoerd door PanellnZicht. Hoewel zij niet direct hun baan zouden opzeggen, ziet toch bijna de helft van alle ondervraagden een (volledige) terugkeer naar kantoor niet zitten.

Met 48 procent kijken vrouwelijke thuiswerkers het minst uit naar een fulltime werkweek in de kantoorruimte. Onder hun mannelijke collega's bedraagt dit slechts 39 procent. Mannen zijn echter eerder van plan om hierdoor van baan te wisselen: 29 procent tegenover slechts 22 procent van de vrouwen. "In een jaar tijd ben ik verknocht geraakt aan thuiswerken", zegt Vince Franke van Acties.nl. "Van alleen het vooruitzicht om straks weer met het hele bedrijf in de kantoorruimte te zitten, krijg ik al de kriebels. Ik kan er best inkomen dat sommige thuiswerkers het liever niet zo ver laten komen en op zoek gaan naar een baan met thuiswerkgarantie."

SFEERSPONS

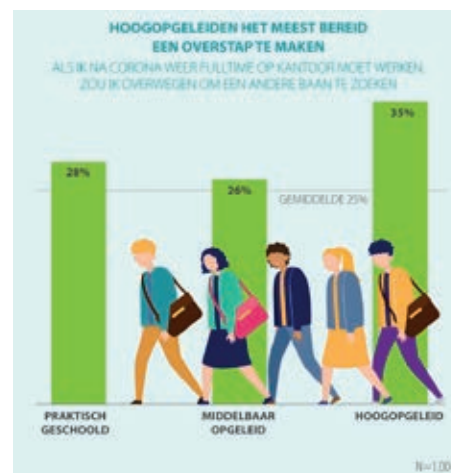
Naast een duidelijke afkeer van fulltime op kantoor werken, kijken veel thuiswerkers ook niet bepaald uit naar het weerzien met collega's. Zo zegt maar liefst 38 procent van alle ondervraagden hen voorsnog niet te missen. Daarnaast denkt een kwart van alle thuiswerkers dat een verplicht retourtje kantoor van negatieve invloed zal zijn op de sfeer binnen hun organisatie. Onder thuiswerkers tot dertig jaar bedraagt dit zelfs veertig procent. Franke: "Ik

ben voorsnog van plan om iedereen binnen mijn bedrijf zelf te laten kiezen of ze die dag liever thuis of op kantoor werken. Dat zal natuurlijk even wennen zijn, maar dat was het een jaar geleden ook. Ik heb dan liever een paar opstartproblemen dan dat onze medewerkers straks massaal op zoek gaan naar een andere baan. Zolang de sfeer maar goed is, dat is het belangrijkste. Het onderzoek laat zien dat je daarvoor niet per se bij elkaar hoeft te zijn."

NEGATIEVE INVLOED

Naast sfeer zijn ook tijd en vrijheid voor veel ondervraagden belangrijke redenen om het liefst zo lang mogelijk vanuit huis te blijven werken. Zo vrees maar liefst 43 procent van de respondenten voor een verstoorde werk-privébalans bij een fulltime terugkeer naar de werkvloer. Opvallend genoeg zijn thuiswerkers tot dertig jaar hier het meest bang voor (55 procent). Ook productiviteit speelt een belangrijke rol. Een derde van alle thuiswerkers verwacht op kantoor namelijk minder gedaan te krijgen dan tijdens een gemiddelde thuiswerkdag. Met 51 procent zijn jongeren wederom het stelligst. Franke: "Door het thuiswerken is mijn werkdag niet meer zo

strak ingedeeld als voorheen. Het komt geregeld voor dat ik een paar uur later begin, maar dan na het eten nog wat dingen afmaak. Uiteraard vindt mijn vriendin dat minder leuk. In die optiek zou een terugkeer naar kantoor goed zijn voor onze relatie, maar wij zijn vast niet de enigen bij wie dit speelt." Uit onderzoek blijkt dat een kwart van alle ondervraagden denkt dat een retourtje kantoorruimte van positieve invloed zal zijn op hun relatie.





KARAKTER OF EIGENSCHAPPEN?

Er is de laatste tijd veel aandacht voor eigenschappen die mensen zouden helpen om door de crisis te komen. Of was het toch karakter? Daar gaan we wat dieper op in aan de hand van het begrip Psychologisch Kapitaal.

De positieve eigenschappen optimisme, hoop, veerkracht en zelfvertrouwen noemen we samen 'psychologisch kapitaal' (PsyCap). Dat is inmiddels een begrip dat ook meer en meer gebruikt wordt in allerlei onderzoeken naar het functioneren van medewerkers op de werkplek. Het blijkt een belangrijk begrip te zijn. Zowel optimisme, hoop, veerkracht als zelfvertrouwen zijn goed ontwikkelbaar en hebben

grote invloed op hoe mensen functioneren. Het is daarom interessant voor mensen zelf en de organisaties waarin ze werken om deze eigenschappen te optimaliseren.

Mensen denken vaak dat dit eigenschappen zijn die met je 'karakter' te maken hebben en dus niet te beïnvloeden zouden zijn. Je bent dan zogenaamd

OVER DE AUTEURS

Anja Jongkind (1953) en Greet Vonk (1964) werken sinds 2013 samen binnen Et Emergo. Ze hebben PTG-Coaching ontwikkeld en zijn auteurs van het boek *PostTraumatische Groei – Sterker door ellende*. Ze geven ook workshops, lezingen, inspiratiesessies, trainingen en opleidingen op het gebied van PostTraumatische Groei.

Anja werkt in haar praktijk als therapeut en als coach al meer dan 35 jaar vanuit deze uitgangspunten. Greet deed een wetenschappelijk onderzoek betreffende PostTraumatische Groei. Haar onderzoek is recentelijk gepubliceerd in het wetenschappelijke tijdschrift *International Journal of Workplace Health Management*.

óf optimistisch óf pessimistisch aangelegd. Grotere onzin bestaat er in onze ogen en ervaring niet, maar helaas geloven veel mensen dit. Optimisme of pessimisme hebben veelal te maken met de patronen die iemand heeft ontwikkeld door hun ervaringen. Het is dus vooral een kwestie van gewoontegedrag. En dat

HET KÁN WÉL EN ALS JE DOORZET LUKT HET OOK STEEDS VAKER EN BETER

kun je gelukkig ook weer veranderen, alhoewel het aanpassen van gewoontes echt tijd kost en niet altijd makkelijk is. Het kán wél en als je doorzet lukt het ook steeds vaker en beter. Stap voor stap zullen we maar zeggen.

Psycap optimaliseren is een uitstekend idee. Het is heel slim om aandacht te geven aan het optimaliseren van de Psycap. Omdat die Psycap echt belangrijk is voor het functioneren van iedereen. Je staat daardoor krachtiger in je

totale leven en qua werk bijvoorbeeld levert het een belangrijke bijdrage aan aspecten als betere werkprestaties, meer arbeidsvreugde, minder ongewenst gedrag, meer bevoegenheid en minder burn-outklachten.

Kortom: PsyCap is echt belangrijk als het gaat om het totale functioneren van een mens. Maar hoe krijg je het nu voor elkaar om die Psycap te verbeteren. Dat kun je op veel manieren doen. Op dit moment kun je ook de gevolgen van de maatschappelijke crisis daarvoor gebruiken.

CRISIS IS KANS

In het Chinees betekent het woord crisis ook 'kans'. En dat is nu ook aan de orde! Dus voor wie het nu lastig heeft: je kunt een actuele crisis gebruiken om je Psycap te optimaliseren. Oftewel: gebruik je actuele problemen/ellende om er sterker en daardoor completer uit te komen.

De meeste mensen hebben van nature niet zo'n grote veranderbereidheid. Door de pijn van het trauma, de moeilijke periode of tegenslag neemt de veranderbereidheid toe, waardoor dat proces

PSYCAP IS ECHT BELANGRIJK ALS HET GAAT OM HET TOTALE FUNCTIONEREN VAN EEN MENS

veel meer kans heeft om goed door te zetten. Zodat ook al gedurende het proces, maar zeker achteraf geconstateerd wordt dat het hele veranderingsproces een verrijgingsproces geweest is en (achteraf gezien) makkelijker verlopen is dan iemand van tevoren voor mogelijk had gehouden. Je blijkt daardoor namelijk relatief vlugger de gewoontes die je wilt veranderen ook daadwerkelijk te kunnen veranderen en daaruit blijkt, dat ellende in iemands leven grote ontwikkelmogelijkheden biedt. Vaak worden persoonlijke problemen van mensen gezien als verzwakkend gedoe, en daardoor als negatief. Maar dat is het dus uiteindelijk allerminst. Je kunt een enorme groeispruit maken door simpelweg je psychologisch kapitaal te vergroten. Onderzoek en observeer jezelf. Welk voor jou niet (meer) werkend gewoontegedrag wil je veranderen. Doe het gewoon! Het kan echt!

Kijk voor meer informatie op:
www.sterkerdoorellende.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 tegelijkertijd 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 reali-

seren 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**



Bijna twee op de vijf wer-
kenden ziet een betere
balans tussen werk en
privé als belangrijkste
welzijnsindicator
(foto: Poberezhna/
Shutterstock).



MEER DAN ECONOMISCHE GROEI ALLEEN

BREDE WELVAARTSINDICATOR WAARDEVOLLE GRAADMETER

Het bruto binnenlands product als hét criterium voor voorspoed heeft als het goed is zijn langste tijd gehad. Er zijn immers veel meer aspecten van invloed op het welbevinden van mensen. Denk aan veiligheid, gezondheid, sociale relaties en woongenot. Een gecombineerd cijfer van dergelijke indicatoren geeft inzicht in de brede welvaartsbeleving. Die blijkt vaak minder snel toe te nemen dan het bruto binnenlands product. Economische groei heeft dus niet alleen positieve aspecten. Des te belangrijker is het om bij beleid te sturen op brede welvaart. Dat is niet eenvoudig.

Om economische ontwikkeling te meten, was er decennialang een vaste waarde: het bruto binnenlands product (bbp). Dit cijfer was het ijkpunt voor de voorspoed in een land. Overheden maakten beleid op basis van de ontwikkeling ervan.

GEEN COMPLEET VERHAAL

Toch vertelt het bbp niet het complete verhaal als het gaat om het welbevinden van mensen. Soms is zelfs sprake van een negatieve correlatie. Om de groeiende onlineverkoop logistiek te verwerken, worden grote groepen flexkrachten ingezet, vaak slecht betaald en met amper

baanzekerheid. En een oververhitte huizenmarkt leidt ertoe dat amper een betaalbare woning te vinden is.

INTEGRALE WELZIJSINDEX

In 2016 introduceerden de onderzoeksexpertise Instituten voor Open Samenlevingen van Universiteit Utrecht en RaboResearch een alternatief voor het bruto binnenlands product: de Brede Welvaartsindicator (BWI). Deze eerste integrale Nederlandse welzijnsindex bestaat uit elf dimensies (zie illustratie): gezondheid, veiligheid, persoonlijke ontwikkeling, inkomen, milieu, baanzekerheid,

wonen, maatschappelijke betrokkenheid, sociale relaties, subjectief welzijn en de werk-privébalans. Iedere dimensie kent een aantal variabelen; in totaal zijn dat er 21.

REGIONAAL EN INTERNATIONAAL

Aanvankelijk werd de BWI op landelijk niveau in kaart gebracht. Al snel werd de meting fijnmaziger, per provincie en per arbeidsmarktregio. Waardevolle informatie, want het is cruciaal om op gebiedsniveau inzicht te krijgen in de welvaartsbeleving. De directe omgeving heeft veel invloed op de kwaliteit van leven die

mensen ervaren.

De BWI sluit aan op het raamwerk van het Better Life Initiative van de OESO. Dat maakt het mogelijk om in de toekomst brede welvaart ook internationaal te vergelijken.

ACTUELE RANGLIJST

In het BWI-onderzoek van Universiteit Utrecht en RaboResearch over 2019 kennen de regio's Utrecht en Het Gooi en Vechtstreek de hoogste brede welvaart. Zuidwest-Friesland is nummer 3. In deze gebieden is het relatief veilig; ook zijn mensen er gemiddeld meer tevreden met hun woning. Daarnaast zijn inwoners van Utrecht en Het Gooi en Vechtstreek gezonder, hoger opgeleid en is hun baan-zekerheid groter. Met name in Het Gooi en Vechtstreek liggen ook de inkomens hoger.

Rode lantaarndragers op de BWI-ranglijst zijn Groot-Amsterdam, Groot-Rijnmond, Delfzijl en omstreken en de agglomeratie Den Haag. In de grootstedelijke regio's ervaren inwoners de gevolgen van hoge bevolkingsdichtheid en intensieve economische activiteit: lagere milieukwaliteit, minder veiligheid en een lagere woontevredenheid.

GROTE BOOSDOENER

Tot de financiële crisis van 2008 stegen zowel het bbp per hoofd van de bevolking als de BWI. Wel groeide het eerste cijfer sneller. Dit maakt duidelijk dat een floreerende economie ook negatieve gevolgen heeft, zoals eerder geschetst. Denk aan een verslechterde werk-privébalans en een krappe woningmarkt waardoor de woontevredenheid afneemt.

De afgelopen twintig jaar was de groei van de brede welvaart volgens de onderzoekers van RaboResearch relatief bescheiden. Grote boosdoener was de financiële crisis van 2008. De brede welvaart kreeg daarna een stevige knauw en het duurde tot 2013 voor weer een stijging optrad. Pas in 2018 werd het niveau van voor de financiële crisis bereikt. Het bbp per hoofd van de bevolking was veel sneller weer op het oude niveau.

PLUSSEN EN MINNEN

Met die wetenschap dient de vraag zich aan wat de gevolgen van de coronacrisis zijn voor de welvaartsbeleving. De brede samenstelling van de BWI zorgt voor plussen en minnen. De meeste mensen hebben vooralsnog hun baan en inkomen behouden. Uit sociaal oogpunt hadden de lockdowns een negatieve impact. Andere kant van de medaille: in veel gevallen zorgde het thuiswerken voor meer rust en minder stress.

SPECTACULAIRE VERBETERING

Dit wordt bevestigd door recent onderzoek van ABN Amro naar het welbevinden van medewerkers in zeventien economische sectoren. Wat blijkt? Hun welzijn is in 2020 substantieel verbeterd. Thuiswerken lijkt daarbij een grote rol te spelen. Bijna twee op de vijf werkenden ziet een betere balans tussen werk en privé als belangrijkste welzijnsindicator.

Opvallend is dat het welzijn ook omhoog ging in sectoren waar thuiswerken niet mogelijk is. Zo voelt personeel in de bouw zich volgens het onderzoek veiliger dan voorheen, omdat de kans op ongelukken door de coronabepalingen flink afnam.

NIET ACHTEROP RAKEN

De impact van de corona-uitbraak laat vooralsnog een gemengd beeld zien. Toch pleiten de onderzoekers van RaboResearch ervoor om gericht te werken aan het verbeteren van de brede welvaart. Anders bestaat het gevaar dat we door de coronacrisis langdurig achterop raken, net als na de financiële crisis. Hoopgevend is de toenemende aandacht voor brede welvaart als veelzeggende graadmeter voor de staat van het land. Op verzoek van de Tweede Kamer voert het CBS jaarlijks een Monitor Brede Welvaart uit. En het welbevinden van inwoners is steeds vaker een jipunkt voor regionale en lokale overheden.

Niet alleen de overheid, ook het Nederlandse bedrijfsleven onderkent het belang van brede welvaart. MKB-Nederland en VNO-NCW legden begin 2021 vast dat zij naast economisch succes ook aandacht hebben voor het welbevinden van de Nederlanders.

COMPLEXE OPGAVE

Nu de bewustwording over de waarde van de integrale maatstaf toeneemt, is het zaak ook daadwerkelijk te sturen op de toename van brede welvaart. De onderlinge samenhang van de verschillende aspecten maakt dat tot een complexe opgave. Zo zorgt groeiende bedrijvigheid voor werkgelegenheid maar kan het milieu hierdoor negatief beïnvloed worden. Ook kunnen keuzes voor de korte en langere termijn op gespannen voet met elkaar staan. Om in dat krachtenspel de juiste afwegingen te maken, is een schone maar zware taak voor een nieuw kabinet.





EEN OP VIJF ORGANISATIES GESTOPT MET VASTE REISKOSTENVERGOEDING

Maar liefst 19 procent van de Nederlandse ondernemers met personeel is per 1 januari 2021 gestopt met een vaste reiskostenvergoeding. Dit blijkt uit onderzoek van HR-dienstverlener Visma | Raet onder 570 Nederlandse ondernemers met personeel. Veertig procent van de organisaties heeft momenteel zowel de mogelijkheid tot een vaste reiskostenvergoeding als een vergoeding op basis van reisdagen. Voor 22 procent van de organisaties geldt dat alle medewerkers die voor 13 maart 2020 al bij het bedrijf in dienst waren nog een vaste reiskostenvergoeding krijgen. Vaste reiskostenvergoedingen die zijn afgesproken voor 13 maart 2020 mogen ook de komende maanden nog doorlopen. De tijdelijke goedkeuring werd eerder al verlengd tot 1 juli. In verband met de langer durende coronacrisis heeft het kabinet de goedkeuring nogmaals verlengd, nu tot 1 oktober 2021. Medewerkers mogen na 1 oktober voor thuiswerkdagen geen onbelaste reiskostenvergoeding meer ontvangen.

Joke van der Velpen, manager Wet- & Regelgeving bij Visma | Raet: "Om te voorkomen dat werkgevers aan forenzende medewerkers iedere maand een andere reiskostenvergoeding moeten betalen, heeft de fiscus de zogenaamde praktische regeling voor een vaste reiskostenvergoeding in het leven geroepen. Dat scheelt werkgevers en medewerkers een hoop administratief werk. Maar sinds de coronacrisis zijn kantoormedewerkers voornamelijk vanuit huis gaan werken, waardoor er bijna geen reisebewegingen meer worden gemaakt. Echter is de fiscale regelgeving tijdens de coronacrisis feitelijk ongewijzigd gebleven en konden werkgevers de reiskostenvergoeding onbelast doorbetalen, ook als de medewerker vanwege corona thuiswerkt. Als het besluit noodmaatregelen coronacrisis na 1 oktober 2021 niet wordt verlengd en/of de coronacrisis voorbij is, mogen medewerkers voor thuiswerkdagen geen onbelaste reiskostenvergoedingen meer ontvangen. De reguliere fiscale regelgeving rondom de reiskostenvergoeding zal vanaf dan weer leidend zijn voor alle medewerkers. Dit betekent dat medewerkers die in de toekomst geheel of meer dan twee dagen thuis werken een reiskostenvergoeding ontvangen op basis van de daadwerkelijke reisebewegingen. Hierdoor neemt de administratieve last voor werkgevers toe."

SAVE THE DATE: CONNECT LIVE OP 25 NOVEMBER IN GALGENWAARD

Donderdag 25 november 2021 vindt het jaarlijkse Connect Live plaats. Een regionaal ondernemersfestival in Stadion Galgenwaard met een programma vol inspiratie, creatie, samenwerken en ontmoeten. Niet alleen maar luisteren, maar vooral participeren! Ontmoet het netwerk en draag bij aan de ambitie van de Utrecht Region: gezond stedelijk leven in de regio. Nog meer dan ooit draait ondernemen in de regio Utrecht om samenwerken. We kunnen weer vóóruit denken en samen een sterke toekomst tegemoet gaan. In de regio ontstaan talloze nieuwe samenwerkingen op het gebied van talent, geo, health, gaming, mobiliteit, duurzame bouw en educatieve technologie. Op vier pleinen kun je je laten inspireren in de vorm van interviews, sessies, discussietafels of op de ondernemersmarkt. Connect Live verbindt de ondernemers, overheden en kennisinstellingen aan elkaar. Zodat we samen slimmer omgaan met talent, digitalisering, duurzaamheid, innovatie en het aantrekken van subsidies. En daarmee de economische groei van de regio versnellen. Tijdens deze dag wordt u o.a. toegesproken en meegevoerd door burgemeester (en voorzitter van de Economic Board Utrecht) Sharon Dijksma, e-sport specialist Victor Goossens, Ynzo van Zanten (Tony Chocolonely) Bas van der Veldt (CEO AFAS Software) en illusionist Niels Houtepen. Deelname is gratis, aanmelden en meer informatie via: www.eventtouch.eu/rom/connective2021/.

ambius HEALTH

LUCHTZUIVERING

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



EERSTE MAAND GRATIS*
kijk op schone-lucht.nl

*vraag naar de voorwaarden

'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 HELICOPTERVUE'

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



FRUSTRATIEPUNT:

ERGEREN AAN DIGIBETEN OP WERK

Maar liefst twee derde van de werkende Nederlanders stoort zich weleens aan collega's met beperkte computervaardigheden. Dit blijkt uit onderzoek van VPNdiensten.nl onder 1.098 Nederlanders in loondienst, uitgevoerd door Panelwizard. Deze ergernis lijkt effect te hebben op digibeten op de werkvloer. Zo schaamt achttien procent van de respondenten zich voor zijn of haar eigen digitale skills.

Voor Nederlanders tot dertig jaar zijn gevoelig voor digibetisme. Zo stoort driekwart van hen zich weleens aan de computervaardigheden van een collega en schaamt twintig procent zich voor zijn of haar eigen skills. Onder de werkende veertigplussers ergert de helft zich aan digibeten. "Tegenwoordig vragen bijna alle beroepen om basis computervaardigheden", zegt Abel Baas van VPNdiensten. "In het verleden heb ik ook weleens met collega's met beperkte digitale skills gewerkt en ik kan beamen dat dit best frustrerend kan zijn. Als je iemand meerdere keren uitlegt wat hij moet doen en dat het na tal van pogingen nog niet lukt, wil je het liefst zelf de

muis pakken. Natuurlijk is dit niet de juiste oplossing; geduldig blijven totdat je collega het onder de knie heeft wel."

LOON NAAR COMPUTERVAARDIGHEDEN

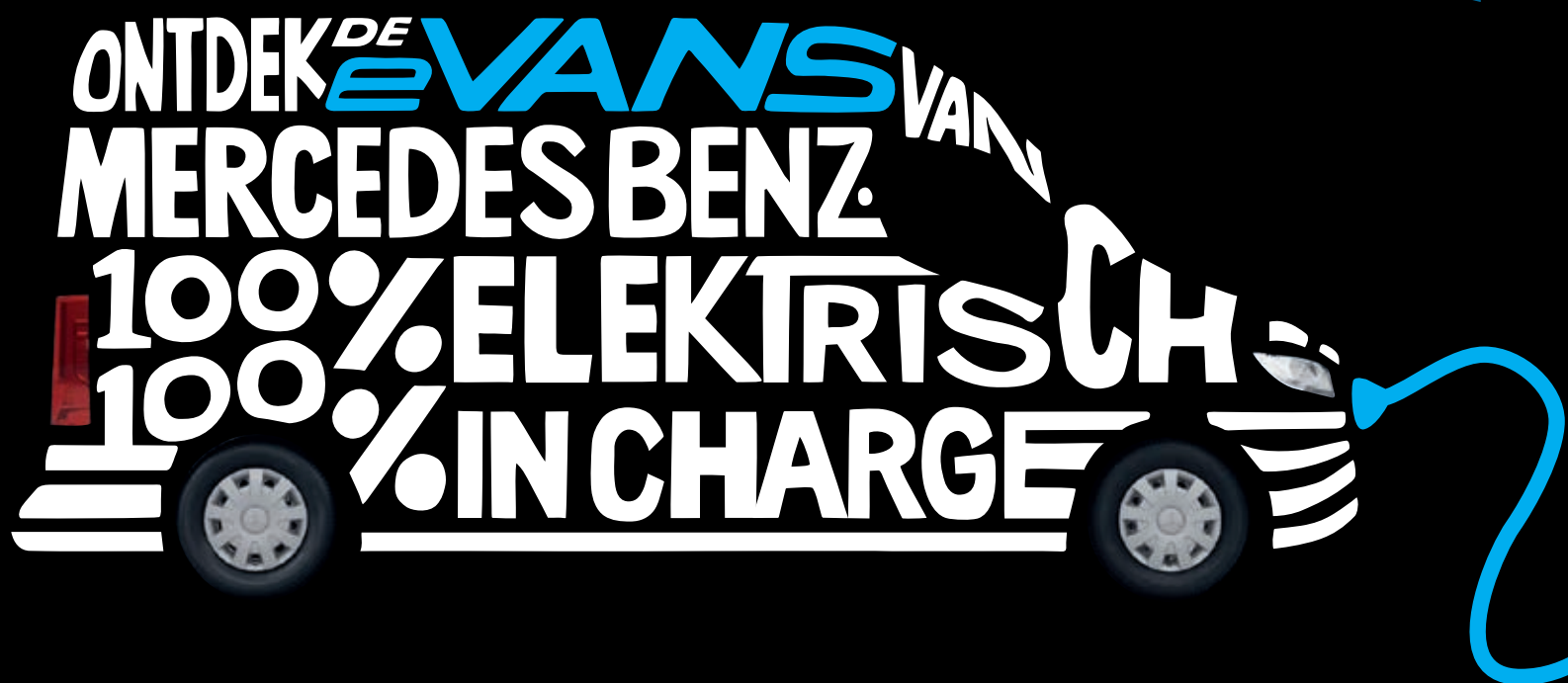
Beperkte computervaardigheid leidt niet alleen tot frustraties, maar ook tot waardeoordelen. Zo vindt maar liefst dertig procent van de respondenten dat collega's met beperkte computervaardigheden minder zouden moeten verdienen dan collega's die wel tech-savvy zijn. Mannen nemen hier een stevigere positie in (35 procent) dan vrouwen (24 procent). Mogelijk dat mannen collega's met digibetisme überhaupt minder vertrouwen,

want 43 procent van hen denkt dat zij hun beperkte computerskills als smoes gebruiken zodat zij onder bepaalde werkzaamheden uitkomen. Onder de vrouwelijke respondenten bedraagt dit percentage 35 procent. Baas: "Beloning naar prestatie is heel normaal, maar loon naar computervaardigheden is nieuw voor mij. Als een werknemer bewust de kantjes ervan afloopt, begrijp ik dat je als manager ingrijpt. Maar als je merkt dat iemands digitale knowhow belemmerend werkt, kun je beter zoeken naar een oplossing in plaats van straffen met loonvermindering."

WERKGEVER VERANTWOORDELIJK

Hoewel Nederlanders kritisch zijn op collega's met beperkte computerkennis, leggen zij de verantwoordelijkheid ervoor vooral bij werkgevers. Zo vindt maar liefst 57 procent van hen dat een basis computervaardigheidstest standaard onderdeel van sollicitatieprocedures moet zijn. Eenmaal aangenomen, vinden ruim acht op de tien respondenten dat werkgevers de computervaardigheden van werknemers op niveau moeten houden. Baas: "Je bent nooit uitgeleerd, zeker niet over iets dat continu in ontwikkeling is. Werkgevers die computerworkshops of bijspijker-cursussen aanbieden lopen daardoor voor op hun concurrenten. Zo hebben en houden zij niet alleen meer kennis in huis, maar hebben zij ook een streepje voor op werkgeverschap."

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.

SPECIALIST IN BUSINESS KLEDING

Nu onze werkgewoontes zijn veranderd, is je kantoor garderobe complexer geworden. Gelukkig zijn wij expert op dit gebied. In ons ruime assortiment vind je alles van stijlvolle maatpakken en formele dressshirts tot casual kantoorleding zoals goede chino's en comfortabele overhemden.

We adviseren je in het kiezen van de juiste outfit om stijlvol en professioneel voor de dag te komen en houden daarbij rekening met de boodschap jij over wil brengen. Dat geef je het zelfvertrouwen om de beste versie van jezelf te zijn!



Scan de QR-
code voor meer
informatie

DUETZ
SINDS 1857
