

BUSINESS

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE VOOR DE REGIO RIVIERENLAND



SprintWerkt
UITZENDGROEP

SPRINTWERKT CONTINUEERT GROEI
'WIJ WORDEN HET
UITZENDBUREAU VAN
MIDDEN-NEDERLAND'

FORUM ARBEIDSMIGRATIE
NIET IN MIJN ACHTERTUIN-EFFECT
GOOIT ROET IN HET ETEN

GERRITSE HENDRIKS PRIMEURS

BEGIN 2022 IN DE SHOWROOM. NU TE BESTELLEN!

DE NIEUWE FORD FIESTA



VANAF € 20.390

DE NIEUWE FORD FOCUS

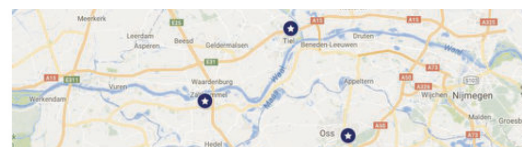


VANAF € 28.240



Gerritse Hendriks
www.forddealer.nl

Tiel: Edisonstraat 1
Oss: Gotenweg 3
Zaltbommel: Vergteweg 60





‘NIET IN DE EIGEN BUURT’

Nederland telt op dit moment ruim 530.000 arbeidsmigranten uit de EU die allemaal op zoek zijn naar een betere toekomst. Ze verwachten een goedbetaalde baan en een veilig onderkomen. Eenmaal in Nederland aangekomen, valt deze droom al snel in duigen. Ze maken lange dagen, worden onderbetaald en wonen onder erbarmelijke omstandigheden.

Deze mensen doen cruciaal werk in Nederland. Ze werken veelal in de land- en tuinbouw, in slachthuizen en in distributiecentra. Het zijn de vervelende baantjes waar de gemiddelde Nederlander niet voor warmloopt. Een groot deel van de arbeidsmigranten heeft geen idee wat er precies in hun contract staat en wat hun rechten zijn. Dat maakt hen kwetsbaar en sommige uitzendbureaus en bedrijven maken daar misbruik van. Wanneer ze eenmaal huisvesting hebben gevonden, blijken deze werknemers bovendien vaak niet gewenst. Bij het woord ‘arbeidsmigranten’ denken mensen al snel aan overlast. Iedereen begrijpt dat arbeidsmigranten nodig zijn, maar ‘niet in de eigen buurt’ is nog steeds het stigma dat rond de huisvesting van arbeidsmigranten heerst.

STIGMA

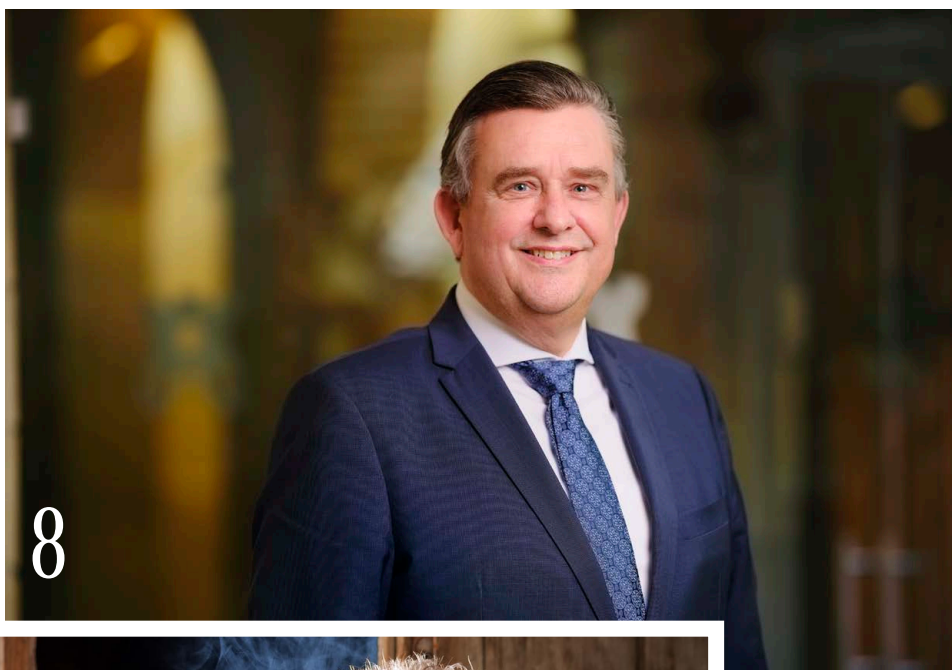
Aan dit stigma maakte ik mezelf in het verleden ook nog wel eens schuldig. Sinds kort wonen er arbeidsmigranten bij mij in de buurt. In eerste instantie werden deze mensen met argusogen aangekeken: veroorzaken ze geen overlast met harde muziek en worden we 's ochtends niet vroeg wakker van de busjes die hen komen ophalen om naar het werk te gaan? Dat waren de vraagstukken waar mensen uit mijn buurt zich druk over maakten.

Hoewel het gros van mijn burens amper een woord met hen wisselde, besloot mijn vriendin die naast hen woont zich niet te laten leiden door al die vooroordelen. Ze trok de stoute schoenen aan om met hen kennis te maken. En wat bleek? Alle vooroordelen vielen reuze mee. Oké, ze hadden wel wat bijzondere gewoontes, zoals midden in de winter barbecueën, maar de buurman stond wel meteen klaar voor mijn vriendin toen hun gezamenlijke schutting gemaakt moest worden. Inmiddels maken ze regelmatig een praatje met elkaar en van overlast is er volgens mijn vriendin geen sprake. Zij behandelt hen met respect en andersom ook. Een mooi voorbeeld van hoe het ook kan.

OVERTUIGINGEN

Belangrijkste aan het hele verhaal vind ik dat soms niet vergeten moet worden dat deze mensen huis en haard verlaten om ons ‘vuile’ werk op te knappen. Om die reden zouden we hen ook moeten behandelen zoals we zelf behandeld willen worden. Iets wat ook tijdens ons forum over arbeidsmigratie duidelijk naar voren kwam. Perceptie is projectie. Soms zijn we van bepaalde dingen zo overtuigd dat het onze waarheid is geworden. Dat is heel fijn bij positieve overtuigingen. Beperkende overtuigingen werken echter belemmerend en dat geldt ook voor onze omgang met arbeidsmigranten.

Jessica Scheffer
Hoofdredacteur Rivierenland Business



6
8
10

Arbeidsmigratie

Coverstory: SprintWerkt continueert groei
Emile Roemer over uitbuiting van arbeidsmigranten
Forum arbeidsmigratie: Niet in mijn achtertuin-effect gooit roet in het eten

14
16
18
20

De kunst van het spreken
Strijd om talent verhevigt
Marc van Laere Producties: 'Verbinding is belangrijker dan ooit'
Het Groene Huis: Draag iets bij aan de maatschappij

22

Fusies & overnames

Fusie- en overnamemarkt op recordkoers



Dit zakenmagazine maakt onderdeel uit van Rivierenland Business; een on/offline platform voor ondernemers uit de regio Rivierenland.
www.rivierenlandbusiness.nl

JAARGANG 32
Januari 2022, editie 4

REDACTIEADRES
Postbus 6684
6503 GD Nijmegen
jessica@vanmunstermedia.nl

UITGEVER
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE
Jessica Scheffer

REDACTIE BIJDAGEN
Aart van der Haagen, Sofie Fest,
Hans Hajee

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

FOTOGRAFIE COVER
Raphaël Drent

DRUK
Balmedia

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
Van Munster Media B.V.
Marie-Louise van Heeckeren
t: 024-3503240

ABONNEMENTEN
Abonnementen kunnen op elk gewenst tijdstip ingaan. Alle abonnementen hebben een looptijd van één jaar en worden automatisch verlengd. Opzeggingen kunnen uitsluitend schriftelijk worden doorgegeven en dienen uiterlijk twee

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

© 2022 Overname van artikelen is slechts mogelijk na verkregen schriftelijke toestemming van de uitgever.



26



31



28



32

- 26** AccountantZ begeleidt fusies en overnames ook bedrijfskundig
- 28** Centrum voor Bedrijfsopvolging: Meer dan alleen maar dealmakers
- 31** Column Libiri
- 32** Eyeopeners door Kleinbedrijf-Index
- 34** Gezonde werknemers: makkelijker dan je denkt
- 36** Dit is je kompas op weg naar persoonlijk en zakelijk succes
- 38** Marketing en communicatie in 2022
- 40** Wel of niet werken met return on investment voor jouw event?

Het nieuwe pand krijgt een industriële uitstraling.



SPRINTWERKT CONTINUEERT GROEI

'WIJ WORDEN HÉT UITZENDBUREAU VAN MIDDEN-NEDERLAND'

Nederland heeft een slechte naam als het gaat om de omgang met arbeidsmigranten. Zij maken lange werkdagen, doen het zware werk, hebben slechte huisvesting en krijgen niet genoeg loon. Het zijn deze misstanden die steeds de media halen. Dat het ook anders kan bewijst SprintWerk uit Dodewaard, waar waardering de maatstaf is.

SprintWerk, dat sinds 2008 actief is, zendt dagelijks gemotiveerde arbeidsmigranten uit in de foodsector, productie, logistiek, horeca, transport en de land- en glastuinbouw. Het ABU-lidmaatschap, het SNF-keurmerk en de NEN-4400-1 certificering bewijzen dat deze uitzendorganisatie de zaken meer dan op orde heeft. Nog belangrijker vindt Kumar Spaans, operationeel directeur bij SprintWerk, hoe dit in de praktijk uitgevoerd wordt. “Dat je arbeidsmigranten die huis en haard verlaten een warm welkom moet heten, staat voor ons buiten kijf. Dit begint al bij de werving en selectie in de landen waar kantoren van SprintWerk gehuisvest zijn.”

EIGEN LEVEN OPBOUWEN

Momenteel heeft SprintWerk eigen kantoren in Polen, Kroatië, Slowakije, Tsjechië, Slovenië en Portugal. “Daarnaast zijn we aan het oriënteren in Spanje om daar een kantoor te openen”, vertelt Wilfred Brens, eigenaar van SprintWerk. “Nederland wordt steeds minder populair voor arbeidsmigranten. Landen als Engeland, Duitsland en de Scandinavië hebben de voorkeur. En dat terwijl we ze hard nodig hebben, onder andere door de vergrijzing in Nederland. Wij wachten niet af, maar houden juist onze ogen open voor andere landen waar we kunnen recruiten. Onze recruiters in het buitenland werven op dezelfde

manier als wij in Nederland doen. Wij vinden goede begeleiding en informatievoorziening ontzettend belangrijk. Evenals een respectvolle behandeling. Eenmaal in Nederland helpen wij hen een eigen leven op te bouwen, zonder van ons afhankelijk te zijn. Dit gaat veel verder dan het helpen met inschrijven bij de gemeente. We begeleiden hen bijvoorbeeld met het zoeken naar een sportclub in de buurt en/of gaan op zoek naar een geloofsgemeenschap als daar behoefte aan is.”

HUISVESTING

Sinds de oprichting in 2008 houdt SprintWerkt zich al bezig met goede en veilige huisvesting voor hun uitzendkrachten. Emile Roemer bezocht een tijdje terug als voorzitter van het Aanjaagteam Bescherming Arbeidsmigranten woonlocaties in Neder-Betuwe, onder andere met arbeidsmigranten van SprintWerkt. Hij typeerde het als de beoogde maatstaf. “Belangrijk vinden wij het dat mensen een eigen kamer hebben en dat er voorzieningen

zijn zoals bijvoorbeeld internet en een fitnessruimte”, licht Brens toe. “Momenteel zijn we drie nieuwe woonlocaties aan het ontwikkelen. Deze huisvesting heeft het elan van een hotel. Ieder heeft een eigen kamer met een eigen keuken. Ook hier vind je een fitnessruimte. We werken met externe facilitaire managers, zodat er geen belangenverstrengeling komt. Wij willen in de markt niet te boek staan als een uitzender die de dingen slecht regelt. Bovendien zien we graag dat onze arbeidsmigranten zo lang mogelijk bij ons blijven. Dat betekent simpelweg dat je goed voor ze moet zorgen.”

INVESTEREN

Volgens Spaans is het team van SprintWerkt van binnenuit gemotiveerd om continu in het bedrijf en de mensen te investeren. “Zo maken wij het verschil”, verklaart Spaans. “Dat begint met letterlijk 24/7 bereikbaar zijn voor relaties en medewerkers.” “Werkgevers die volledig ontzorgd willen worden, bieden wij bovendien inhouse constructies aan. Hier hebben wij al geruime tijd ervaring mee”, vult Brens aan. “Samen gaan we voor de beste resultaten en optimaliseren we de HR-processen. We zien onszelf dan ook niet als leverancier van de klant, maar als partner. Wanneer een klant kosten kan besparen, kijken wij altijd naar de lange termijn. Wat kan efficiënter in het proces?” SprintWerkt geeft wekelijks de KPI'S vrij en bespreekt deze met de klant. Brens verduidelijkt: “Hierdoor weten we precies waar de kosten heen gaan en hoe we op tijd bij kunnen sturen. Alles is bij ons heel transparant. Wij zijn bezig met het ontwikkelen van een app voor onze uitzendkrachten waarin allerlei informatie staat; het arbeidscontract, de loonstroken enzovoort. Bovendien kan onze klant hier ook in meekijken. Wij willen de klant volledig ontzorgen.”

LANDELIJKE SPELER

De volgende stap die SprintWerkt gaat maken, is doorgroeien naar de positie van landelijke speler. Spaans: “Momenteel opereren we met name in Midden- en Zuid-Nederland. We zoeken dan ook naar uitzendorganisaties die aansluiten op ons werkgebied. Essentieel voor ons is dat ze op dezelfde manier als wij werken en dezelfde maatstaf hanteren. Deze overnames zullen ons naar een volgend niveau brengen. Wij worden hét uitzendbureau van Midden-Nederland.” Een van de eerste stappen om de groeiambitie kracht bij te zetten, is de

uitbreiding van het kantoor in Dodewaard. “Binnenkort wordt er gestart met een rigoureuze verbouwing”, aldus Brens. “Momenteel telt ons pand 350 m2, dit gaat naar 700 m2. Het kantoor wordt helemaal van deze tijd met onder andere zit-stabureaus en een fitnessruimte. In maart 2022 verwachten we dat we operationeel zijn vanuit het vernieuwde pand.”

'WANNEER EEN KLANT KOSTEN KAN BESPAREN, KIJKEN WIJ ALTIJD NAAR DE LANGE TERMIJN'

WAGENPARK

Ook het wagenpark van SprintWerkt wordt flink uitgebreid. “Doordat wij het wagenpark in eigen beheer hebben, zijn we flexibel en is het woon- werkvervoer voor de medewerkers perfect geregeld”, vertelt Spaans enthousiast. “Begin dit jaar wordt ons wagenpark uitgebreid met vijftig auto's. In het kader van duurzaamheid zijn er echter ook nog steeds veel medewerkers die op de fiets gaan. Zo'n zeventig procent van onze uitzendkrachten gaat met de fiets naar het werk. Dat is niet alleen goed voor het milieu, maar ook voor de gezondheid.”

KORTE LIJNEN

Ondanks de groei die SprintWerkt heeft ingezet, verwacht Brens dat de lijnen kort blijven. “Onze organisatie is plat en we gaan informeel met elkaar om. Wij zijn net één grote familie en bijna iedereen werkt hier al heel lang. Energie halen we uit elkaar en uit de groei die we doormaken. Wij zijn nog zo nauw betrokken bij het proces, dat is bij veel uitzenders niet. Wij hechten veel waarde aan het contact met de klant, daarom houden wij ook altijd een vinger aan de pols. Tegelijkertijd heeft iedereen bij ons een groot verantwoordelijkheidsgevoel en zijn we resultaatgericht. Een perfecte mix voor maximale klantgerichtheid.”

Dat het SprintWerkt voor de wind gaat, is volgens Brens geen aanleiding om tevreden achterover te gaan leunen. “Je hebt altijd een keuze: je kunt denken dat het goed is zoals het is, of je kunt weer op zoek gaan naar een nieuwe uitdaging en hierin investeren. Wij kiezen voor dat laatste.”

www.sprintwerkt.nl



Wilfred Brens (boven) en Kumar Spaans gaan voor de beste resultaten.

Fotografie: Raphaël Drent

Emile Roemer: "Er ligt een politiek en maatschappelijk breed gedragen oplossing voor de uitbuiting van arbeidsmigranten."



8

EMILE ROEMER OVER UITBUITING VAN ARBEIDSMIGRANTEN

‘GEEN TWEEDERANGS MEDEWERKERS MEER’

Nederland telt ruim 530.000 arbeidsmigranten uit de Europese Unie. Zij zijn actief in sectoren als distributie, land- en tuinbouw en de vleesverwerkende industrie. Daarbij gaat al vele jaren veel mis: karige beloning, slechte huisvesting, geen zekerheid. Je baan kwijt betekent vaak ook verlies van huisvesting en verzekering. Poolse arbeidsmigranten die als gevolg hiervan nabij Tiel in de open lucht verblijven, kwamen recent uitgebreid in het nieuws. “Het erge is: dat zijn geen incidenten”, zegt Emile Roemer. “Het is aan de orde van de dag.”

VAN ZEELAND TOT GRONINGEN

Het Aanjaagteam bescherming arbeidsmigranten rondde haar opdracht eind 2020 af. Emile Roemer blijft zich inspannen om het onderwerp dat hem aan het hart gaat op de agenda te houden. Ook na 1 december, als hij start in zijn nieuwe functie als gouverneur van de Koning in Limburg. "De afgelopen periode heb ik letterlijk van Zeeland tot Groningen over de situatie en ons advies gesproken."

Het begint bij bewustwording. "Gemeenten realiseren zich vaak niet dat uitbuiting van arbeidsmigranten ook binnen hun grenzen plaatsvindt. Wees daarom alert op misstanden. En onderhandel je als gemeente met een grote nieuwe werkgever, vraag dan naar de arbeidsomstandigheden en huisvesting van medewerkers."

Door de corona-uitbraak werd de kwetsbaarheid van arbeidsmigranten pijnlijk duidelijk. Ze werken, wonen en reizen vaak dicht op elkaar en zijn daarom extra vatbaar voor besmetting. Reden voor het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid om in mei 2020 een Aanjaagteam bescherming arbeidsmigranten te vormen. Emile Roemer werd gevraagd de voorzittersrol op zich te nemen. "Al zo lang ik politiek actief ben, is de situatie van arbeidsmigranten schrijnend", zegt de voormalige SP-leider. "Nog altijd is het niet gelukt om tot substantiële verbeteringen te komen. Daarom nam ik deze taak graag op me. Voorwaarde was wel dat het Aanjaagteam in een brede context kon onderzoeken en adviseren. Die garantie kreeg ik; er was volledige vrijheid."

GEEN MORAAAL

Het Aanjaagteam bracht twee rapporten uit. Het eerste was vooral gericht op de gevolgen van corona voor arbeidsmigranten. In het tweede rapport (oktober 2020) met als titel 'Geen tweederangsburgers' staan structurele aanbevelingen. Prominent element is het bestrijden van malafide uitzendbureaus. "Als schakel tussen arbeidsmigranten en inleners is een aantal van deze tussenpersonen verantwoordelijk voor de ergste misstanden. Toen er nog een vergunningplicht bestond, telde ons land zo'n 4.000 uitzendbureaus. Vanuit het neoliberale adagium dat de markt zichzelf reguleert, verviel deze plicht. Iedereen kan een uitzendbureau beginnen." Er zijn er nu meer dan 14.000. "Daaronder veel goede, professionele bedrijven. Maar ook rotte appels. Nergens in de keten is een wettelijke bescherming voor arbeidsmigranten geborgd. Dit biedt ruimte voor foute verdienmodellen en voor ondernemers die zich verrijken over de rug van deze kwetsbare groep. De markt heeft geen moraal."

WETTELIJKE BASIS EN HANDHAVING

Daarom pleit het Aanjaagteam voor verplichte certificering van uitzendbureaus plus een boete voor inleners die werken met niet-gecertificeerde partijen. "Ook moeten malafide ondernemers een bestuursverbod krijgen. Zo wordt voorkomen dat ze telkens een ander uitzendbureau

oprichten en zo hun praktijken voortzetten."

Ondernemerskoepels en brancheverenigingen zien meer in handhaving van de bestaande richtlijnen. Ze zijn huiverig voor extra regelgeving. "Daar is geen sprake van", benadrukt Roemer. "Als bij een vergunningaanvraag om een accountantsverklaring wordt gevraagd, kan elk bonafide bedrijf die probleemloos overleggen. We pleiten niet voor extra regels maar stellen een aanpak voor waarbij partijen die misbruik maken eruit gefilterd worden. Daarvoor is wel een wettelijke basis nodig. Ook voldoende handhavingscapaciteit is een must."

'DE MARKT HEEFT GEEN MORAAAL'

UIT BEELD

Ander belangrijk onderdeel van het Aanjaagteam-advies: zorg ervoor dat zogenaamde short stay-arbeidsmigranten zich direct bij aankomst in Nederland registreren. "Als zij nu aangeven dat ze maar paar weken blijven, wordt alleen het huisadres in het land van herkomst vastgelegd. Bij een langer verblijf is er geen zicht op wat er met deze mensen gebeurt. Adequate registratie maakt duidelijk waar arbeidsmigranten zich bevinden. Dat helpt om misstanden te voorkomen."

AFHANKELIJKHEIDSRRELATIE DOORKNIPPEN

Verder verdient huisvesting aandacht. "Als iemand met een nulurencontract nu zijn of haar baan verliest, vallen vaak ook woonruimte en zorgverzekering per direct weg. Met alle gevolgen van dien. Mensen spreken de taal amper, hebben geen idee

van hun rechten en weten niet waar ze terecht kunnen. De afhankelijkheidsrelatie tussen werk en wonen moet worden doorgesneden."

Het faciliteren van huisvesting voor arbeidsmigranten wordt bemoeilijkt door het grote woningtekort. "Toch zie je gemeenten met pragmatische oplossingen, zoals kleinschalige huisvesting op een bedrijventerrein."

RUIMTE VOOR INNOVATIE

Roemer wijst ook op de Commissie Borstlap die vorig jaar adviseerde over de regulering van werk. Een van de aanbevelingen is dat flex in ons land minder flexibel moet worden. "Vaak zie je dat mensen via allerlei constructies in flexcontracten werken waarin ze niet in thuishoren. Ook dat verdient aandacht; zorg voor een gelijk speelveld met goede werk- en woonomstandigheden die wettelijk zijn geborgd. Als we er met elkaar voor zorgen dat uitbuiting onmogelijk wordt, maakt dat het inhuren van arbeidsmigranten duurder. Lessen uit het verleden leren dat hierdoor meer ruimte ontstaat voor innovatie. Want lage lonen staan vernieuwing in de weg."

NIET DOOR DE BEUGEL

Het demissionaire kabinet volgt in hoofdlijnen het advies van Roemers Aanjaagteam. "Ook nam de Tweede Kamer een motie aan waardoor het onderwerp niet controversieel is. Achter de schermen wordt hard gewerkt om de noodzakelijke maatregelen voor te bereiden. Nu is het zaak om het tempo erin te houden. Want er gebeurt nog steeds van alles dat niet door beugel kan." Daarom roept Roemer een nieuw kabinet op om wat nu in de steigers staat zo snel mogelijk uit te voeren. "In de begeleidingsgroep van het Aanjaagteam waren alle partijen vertegenwoordigd. Vakbonden, werkgevers, LTO, IPO, VNG; iedereen heeft input gegeven en geholpen om onze adviezen te toetsen. Op hoofdlijnen onderschrijven zij de rapporten. Daardoor ligt er nu een politiek en maatschappelijk breed gedragen oplossing voor de uitbuiting van arbeidsmigranten. Dit probleem speelt al heel lang en er is nu een laatste kans om het structureel aan te pakken. Die moeten we niet voorbij laten gaan."

NIET IN MIJN ACHTERTUIN-EFFECT GOOIT ROET IN HET ETEN

Door onder andere de vergrijzing van de Nederlandse bevolking halen bedrijven steeds meer personeel uit het buitenland. Maar hoewel deze arbeidsmigranten dus hard nodig zijn, wil niemand ze als naaste burens. Het 'niet in mijn achtertuin'-effect gooit vaak roet in het eten om geschikte huisvestingsplekken te vinden. Rivierenland Business organiseerde onlangs een forum rondom dit thema. Waar liggen de kansen en waar de valkuilen?

Iedereen begrijpt dat arbeidsmigranten nodig zijn, maar 'niet in de eigen buurt' is nog steeds het stigma dat rond de huisvesting van arbeidsmigranten heerst, beaamt ook Nees van Wolfswinkel. "Je moet als gemeente naar je inwoners duidelijker communiceren dat arbeidsmigranten gewoon mensen zijn zoals wij. Na een dag werken hebben ze recht op goede huisvesting om tot rust te komen om zo de volgende dag weer aan het werk te kunnen. Ten tweede zijn arbeidsmigranten onmisbaar voor onze economie. Goede huisvesting is een van de voorwaarden om hen te lokken in ons land aan de slag te gaan."

"Bij de huisvesting van arbeidsmigranten krijg je ongeveer met dezelfde problematiek te maken als bij windmolens", vult Wido Scholte aan. "Iedereen heeft ze nodig, maar je wilt ze niet naast je hebben. Wanneer je arbeidsmigranten midden in een woonwijk laat wonen, weet je dat je weerstand krijgt."

EERLIJK

Een goed voorbeeld van hoe het ook kan, ziet Kumar Spaans in de gemeente Zevenaar, waar 180 arbeidsmigranten gehuisvest zijn in een omgebouwd kantoorpand. Naast lange gangen met aan weerszijden slaapkamers voor twee personen en sanitaire voorzieningen, zijn er op elke verdieping gezamenlijke relaxruimtes, keukens en een washok. Ook zijn er dag en nacht toezichhouders in het gebouw aanwezig. "Het grote succes van dit project schuilt 'm in het feit dat de verhuurder van het pand niet het beheer doet", zegt Spaans. "Dit doet iemand van de gemeente die betaald wordt door de lokale overheid, waardoor het allemaal eerlijk blijft."

FACILITERENDE ROL

De overheid heeft volgens Van Wolfswinkel alleen een faciliterende rol. "We hebben toch het voortouw genomen omdat de problematiek zijn weerslag heeft op de reguliere woningmarkt. Bovendien, door goede huisvesting voorkom je

ook vervelende uitwassen en criminaliteit. Met alle stakeholders, woningcorporaties, uitzendbureaus, huisvesters en werknemers proberen we tot een zo goed mogelijke oplossing te komen." Ook in de regio Rivierenland wordt gekeken of bedrijfspanden omgebouwd kunnen worden tot wooneenheden. "In principe is het mogelijk bedrijfspanden om te bouwen tot wooneenheden", vervolgt Van Wolfswinkel. "Het probleem is echter dat veel van deze panden gelegen zijn op industrieterreinen met milieuzones die roet in het eten gooien. In de gemeente Neder-Betuwe speelt echter nog een ander probleem, namelijk dat we een groot gebrek aan beschikbare bedrijfsruimte hebben."

REGIONALE AANPAK

Van Wolfswinkel zegt voor een regionale aanpak te pleiten. "Toen ik in 2018 wethouder werd en direct met dit dossier aan de slag ging, ontdekte ik al snel dat je dit regionaal moet aanpakken. Het onderwerp maakte deel uit van het portefeuille Overleg wonen in de regio maar was een ondergeschoven kindje. Daarom is het op ons advies ondergebracht in een aparte portefeuille Overleg huisvesting arbeidsmigranten. Het voordeel van het regionaal aanpakken van deze problematiek is dat je gebruikmaakt van elkaars kennis en ervaring. Bovendien voorkom je het zogenaamde waterbedeffect, waarbij de ene gemeente streng controleert en handhaaft, terwijl omliggende gemeenten dat niet doen. Het voordeel van wonen en werken in dezelfde gemeente is dat je dit effect vermindert en bovendien de verkeersintensiteit afneemt."

MODERNE SLAVERIJ

Een gezamenlijke aanpak zorgt niet alleen voor voorkoming van het waterbedeffect. Het regionaal afsprakenkader moet er bovendien voor zorgen dat een halt wordt toegeroepen aan excessen en aan beroerde woon- en leefomstandigheden van arbeidsmigranten.



Nees van Wolfswinkel.



Kumar Spaans.



DE DEELNEMERS

- Wido Scholte, Procesregisseur huisvesting arbeidsmigranten Provincie Gelderland.
- Nees van Wolfswinkel, Wethouder volkshuisvesting gemeente Neder-Betuwe en voorzitter van het regionale overleg Huisvesting arbeidsmigranten van Regio Rivierenland.
- Wilfred Brens, Eigenaar SprintWerkt.
- Kumar Spaans, Operationeel Directeur SprintWerkt.

11



"De arbeidsmigranten verlaten huis en haard om in ons land te komen werken", reageert Spaans. "Zij moeten het gevoel krijgen dat ze gewaardeerd worden en daar hoort goede huisvesting bij. De huisvesting van arbeidsmigranten wordt echter veelal verzorgd door de uitzendorganisatie of een daaraan gelieerde onderneming. De soms exorbitante huur wordt vervolgens ingehouden op het loon. Uitzendorganisaties die slechte tarieven afspreken, kunnen dit op deze manier verhalen op de arbeidsmigranten."

"Aan deze moderne vorm van slavernij moet echt een einde komen", vult Brens aan. "Het is voor sommige uitzendbureaus een businessmodel geworden. Zij verdienen hiermee heel veel geld. Het streven zou moeten zijn om wonen en werken los te koppelen van elkaar en een hoge mate van onafhankelijkheid te bereiken van de werkgever. Door het aanbieden van zelfstandige huisvesting voor een langere periode kan deze stap naar participatie en uiteindelijk regulier verblijf worden gefaciliteerd."

MET DE RUG TEGEN DE MUUR

Veel arbeidsmigranten staan volgens Spaans met de rug tegen de muur. Huisvesting en werk zijn aan elkaar gekoppeld, waardoor de arbeidsmigrant bij verlies van baan ook geen dak meer boven het hoofd heeft. Brancheorganisaties ABU en NBBU hebben hun leden opgeroepen ruimhartig om te gaan met de huisvesting en arbeidsmigranten zonder werk niet op straat te zetten. Scholte: "Wij

zien gelukkig steeds vaker dat gemeenten pas een vergunning afgeven als duidelijk is dat arbeidsmigranten vier weken mogen blijven na beëindiging van het arbeidscontract."

Op de vraag hoe B&W en uitzendbureaus moderne slavernij proberen te voorkomen in de regio Rivierenland, antwoordt Van Wolfswinkel: "Inmiddels hebben we een kwartiermaker aangesteld die een uitvoeringsprogramma gemaakt heeft waarmee we nu aan de slag gaan. Een van de belangrijkste items is het samenwerken met de stakeholders. De 'verkeerde' huisvesters/ uitzendbureaus komen hopelijk vanzelf boven water."

'NEDERLAND STAAT NIET GOED AANGESCHREVEN ALS UITZENDLAND'

Met de anderen kunnen we goede afspraken maken. Wonen en werken moeten zoveel mogelijk gescheiden worden, daar zijn wij het allemaal over eens."

VERKEERSINTENSITEIT

Een aanvullend probleem bij de huisvesting van arbeidsmigranten is dat zij vaak ver weg gehuisvest zijn van waar ze werken. "Wij zien het ook", erkent Scholte. "De arbeidsmigrant woont bijvoorbeeld in Kleve, maar werkt in

Geldermalsen. Dit is terug te zien aan de verkeersintensiteit op de A15."

Een oplossing zou kunnen zijn dat de arbeidsmigranten gevestigd moeten zijn in de gemeente waar zij werken. Brens: "Ik vind dat als jij in een gemeente werkt, deze gemeente ook een oplossing moet zoeken voor de huisvesting. Wanneer je als gemeente een lokaal probleem op de arbeidsmarkt oplost door de juiste mensen te zoeken, dan moet je ook zorgen dat je binnen de gemeente deze mensen helpt goed te huisvesten."

AANJAAGTEAM

Scholte ziet de lange afstanden wat betreft het woon-werkverkeer ook op regionaal niveau. "Omdat er veel weerstand is van inwoners in West-Betuwe, is het moeilijk om daar huisvesting voor arbeidsmigranten van de grond te krijgen. Wat je ziet is dat mensen in Tiel wonen, maar in West Betuwe werken. Hierdoor krijg je onnodige verkeersbewegingen en komt de last te liggen bij de achterstandswijken in Tiel. Terwijl West Betuwe als het ware 'profiteert' van de werkgelegenheid. Wij zijn er nu vanuit de Provincie mee bezig, aangezien het iets betreft wat de hele regio aangaat. We hebben sinds kort een aanjaagteam Huisvesting Arbeidsmigranten, waarmee we proberen op regionaal niveau de huisvesting te regelen. Centraal staat: 'welke gemeente gaat nu welk deel van die huisvestingsopgave in beeld brengen?' Ook houden we ons bezig met onderzoek. Zo denken we dat op dit moment zo'n 19.000



Wido Scholte.



'IEDEREEN
HEEFT ZE
NODIG, MAAR
JE WILT ZE
NIET NAAST
JE HEBBEN'

Wilfred Brens.



arbeidsmigranten werkzaam zijn in Rivierenland. Dat is behoorlijk gestegen de afgelopen jaren."

AZIATISCHE ARBEIDSMIGRANTEN

De economie in Oost-Europa stijgt, de werkloosheid daalt. Dat vraagt om arbeidskrachten die in landen als Polen en Roemenië dan ook vaker een vast contract krijgen en een beter loon dan voorheen. Het verschil in loon tussen Polen, Roemenië en Bulgarije en Nederland wordt hierdoor steeds kleiner, en daarmee ook de urgentie om voor werk en inkomen naar bijvoorbeeld Nederland te komen. Uitzendbureaus kijken steeds verder naar het oosten zoals Oekraïne en zelfs buiten de Europese grenzen, zoals Vietnam en de Filipijnen, om de opengevallen plekken in te vullen. Brens: "Nederland staat niet goed aangeschreven als uitzendland. Arbeidsmigranten gaan

liever naar Frankrijk, Scandinavië of Zuid-Duitsland. Bij de automotive bedrijven in Duitsland zijn de arbeidsomstandigheden goed. Bovendien kunnen ze daar in het weekend naar huis omdat het maar een paar uurtjes rijden is naar Polen. Om die reden wordt het steeds lastiger om arbeidsmigranten uit landen als Polen of Roemenië te krijgen en wordt er steeds verder over de grens gekeken."

QATAR

Spaans stipt Qatar aan, waar gastarbeiders uit landen als Pakistan, India, Nepal, Sri Lanka en Bangladesh vaak in zware en onveilige omstandigheden werken aan de bouw van de stadions voor het WK van 2022. "Je hebt het hier over een volgende gradatie van slavernij. Mensen worden daar totaal aan hun lot overgelaten, paspoorten worden afgepakt. Ik vraag me ook

af hoe het gaat als mensen uit bijvoorbeeld Azië hier komen werken. Je ziet nu al veel uitzendbureaus die niet om kunnen gaan met Europese arbeidsmigranten. Hoe gaat dat straks als ze met deze nieuwe arbeidsmigranten te maken krijgen?" Scholte zegt de ontwikkeling van arbeidsmigranten uit verre landen met argusogen te volgen. "Je moet niet vergeten dat het vaak om kansloze mensen gaat die niet weten wat hun rechten zijn."

GEMEENTERAADSVERKIEZINGEN

Arbeidsmigratie blijkt een lastig thema tijdens de gemeenteraadsverkiezingen in maart 2022 te zijn. "Er zijn gemeenten die heel actief zijn met arbeidsmigranten, zoals Tiel, Neder-Betuwe en Zaltbommel", zegt Scholte. "Maar er zijn ook gemeenten die niet willen zien dat er arbeidsmigranten zijn. Nu we dichterbij de gemeenteraadsverkiezingen komen, hoef je eigenlijk in geen één gemeente te beginnen over de huisvesting van arbeidsmigranten omdat niemand zijn handen hieraan durft te branden."



VIER TIJDLOZE PRINCIPES DIE JOU VANDAAG NOG EEN BETERE SPREKER MAKEN

DE KUNST VAN HET SPREKEN

Welke docent van de lagere of middelbare school heeft een onuitwisbare indruk op je gemaakt? En dan heb ik het niet over het uiterlijk, een slechte adem of bepaalde karaktereigenschappen. Wie heeft je iets bijgebracht dat je nooit meer vergeten bent?

De kans is groot dat de talentvolle sprekers van het toenmalige docentenkorps een ereplaats in jouw herinnering hebben. En niet de erudiete docenten die een heel lesuur lang taaie, gortdroge feiten bleven oplepelen. Of nog erger: een blokkade...

Zelf heb ik heerlijke herinneringen aan tenminste drie leerkrachten: meneer Meszner, meneer Timmermans en meneer Pieters. Toevallig allemaal heren inderdaad, ik kan er ook niks aan doen, maar zij hebben me echt weten te raken. Pas toen ik zelf professioneel trainer werd heb ik ontdekt wat zij deden, waardoor ik me hun lessen nu nog kan herinneren. Dertig jaar na dato. Er blijken vier tijdloze principes onder te liggen die hen succesvol maakten als spreker. Graag wil ik die vandaag met je delen.

Na het lezen van dit artikel kun je de essentie ervan meteen toepassen in je eigen werk en wordt jouw impact als spreker een stuk groter. Of je nu ondernemer, manager, adviseur of onderwijzer bent. En of je nu spreekt in een teamoverleg, op een bruiloft, tijdens een functioneringsgesprek, aan de koffieautomaat, in de Jaarbeurshal voor duizend mensen of een presentatie moet geven, deze principes werken altijd.

WAT MAAKT IEMAND TOT EEN STERKE SPREKER?

Een vraag die ons sinds mensenheugenis fascineert, want spreken geeft invloed. En invloed maakt de kans groter dat je je persoonlijke doelen bereikt. Aristoteles schreef er al over in de vierde eeuw voor Christus, in zijn verhandeling over de 'Retorica'. Hij had het over ethos, pathos en logos. Die drie bepalen of je boodschap indruk maakt op het publiek en blijft hangen. Ethos slaat simpel gezegd op de geloofwaardigheid van de spreker zelf. Dat kan te maken hebben met overtuigingskracht, charisma, stemgebruik en het laten vallen van stiltes. Pathos slaat op het publiek en het begripen van de behoefte van je publiek.

Logos tot slot gaat vooral over de inhoud van je boodschap. Van dit laatste gebruiken veel sprekers helaas een overdosis met fatale gevolgen voor de luisteraar. Die raakt in een soort coma, want het wordt dan oersaai.

Moderne auteurs en sprekers zoals Remco Claassen en Bas Mouton hebben aan 'Aristoteles' hun eigen interpretatie gegeven en daarmee het spreken voor velen toegankelijker gemaakt. Zij hebben het vertaald in een paar praktische tips, waarin die drie elementen te herkennen zijn.

En daar komt nog een vierde element bij. Dat is niet toevallig de oudste vorm van trainen en opleiden die de mensheid kent: verhalen vertellen. Duizenden jaren geleden was dat dé manier om anderen iets te leren, met z'n allen rond het kampvuur. Het was Erik Mathlener, een autoriteit op dit gebied, die mij hierin wegwijs maakte. Het zal je daarom niet verbazen dat de drie docenten die ik in het begin noemde allemaal uitstekende verhalenvertellers waren. Ze combineerden dat, zo realiseerde ik me later, met de drie principes van Aristoteles.

WAT BETEKENT DIT VOOR JOU?

Hoe kun jij deze vier principes vanaf vandaag gaan gebruiken waardoor ook jouw invloed groter wordt?

Stel je eens even voor dat je binnenkort weer de kans krijgt om te spreken. Geef dan aandacht aan alle vier de principes:

- Vertel waarom het jou aan het hart gaat. *People don't care how much you know, until they know how much you care.* (Theodore Roosevelt) Hierdoor creëer je een band met je publiek. Het gaat zich in jou herkennen.
- Verdiep je in dat publiek: elke luisteraar wil weten wat hij of zij aan jouw verhaal heeft. *What's in it for me?* Zorg dat je de behoeften en interesses van je publiek begrijpt.
- Hou je boodschap eenvoudig en begrijpelijk. Hoe minder 'content' en details je gaat uitpoepen, des te prettiger is dat voor je gehoor. Bouw

de presentatie daarom rustig op en werk toe naar de climax. Die climax kan bestaan uit slechts één oproep, een paar heldere tips, een hartenkreet of een verzoek. Maar maak je publiek nieuwsgierig en hou het simpel.

- Vertel, als het even kan, een verhaal of een anekdote om je punt te maken. Daar smullen mensen van. Zeker als je verhaal doorspekt is met beelden en emoties oproept.

WAAROM WERKEN DEZE PRINCIPES ALTIJD?

Omdat ze je publiek op een onbewust niveau beïnvloeden. Je wordt daarvoor geloofwaardig, mensen gaan je vertrouwen en zijn ontvankelijk voor je boodschap. Het 'geheim' van sterke sprekers is dus eigenlijk al heel lang bekend, maar desondanks maken we er in het dagelijks leven nog te weinig gebruik van.

Hoe boeiend zou het onderwijs zijn als elke docent die vier ingrediënten zou verwerken in de lessen? Hoe invloedrijk zou een adviseur ermee zijn? Hoe inspirerend zouden leidinggevendenden zijn als ze hun medewerkers op deze manier zouden toespreken? En hoe krachtig zou de band zijn die een ondernemer daarmee kan krijgen met zijn potentiële klant? Ik weet zeker dat ook jij er je voordeel mee kunt doen, wat je rol ook is.

Spreken is een fantastische manier om verbinding te maken en dat is de basis voor sterke, vruchtbare relaties. Ik wens je een rijke oogst!

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

Tijdens de lockdowns werden mensen zich bewust van de positieve impact van thuiswerken (foto Vera Petrunina/Shutterstock).



16

HYBRIDE WERKEN STERKE TROEF

STRIJD OM TALENT VERHEVIGT

In een alsmat krappere arbeidsmarkt is het voor werkgevers steeds uitdagender de juiste medewerkers te bereiken, te overtuigen en te behouden. Braaf de cao volgen is in elk geval niet voldoende. Het hoogste salaris meestal ook niet. Het gaat om een totaalpakket waarbij verschillende generaties andere prioriteiten stellen.

Traditionele tekortsectoren als ICT, zorg, onderwijs en techniek hebben gezelschap gekregen. Op basis van analistenrapporten constateerde het FD naar aanleiding van de voorgenomen – en inmiddels afgeblazen – beursgang van Coolblue dat de winst van het e-commercebedrijf flink daalde door personeelstekort. Omdat te weinig mensen beschikbaar zijn in distributiecentra en bezorging, werd noodgedwongen minder geadvertiseerd en zijn producten later geleverd. Het personeelstekort remt de groei van Coolblue, aldus het FD.

INSTROOM TALENT IS VAN LEVENSBELANG

KLEINERE KAART

Door de lockdowns gingen horecamedewerkers noodgedwongen op zoek naar een andere baan. Als dan blijkt dat er prima jobs zijn waarbij je niet 's avonds en in het weekend hoeft te werken, is het afscheid van de horeca voor veel medewerkers definitief. Gevolg: een fors personeelstekort. Onder meer barmedewerkers, bedienend personeel en koks zijn gewild, aldus het UWV. Bedrijven passen noodgedwongen hun openingstijden aan of kiezen voor een kleinere kaart. Ook hier wordt de groei geremd door een tekort aan medewerkers.

ROBOTS EN QR

Om personeel te werven, lokken ondernemers jonge medewerkers met een gratis scooter, betalen hun rijbewijs of bieden zelfs kosteloze woonruimte aan. Ook zoeken ze samenwerking op, bijvoorbeeld door een personeelspool te vormen met collega-horecabedrijven. Techniek kan helpen om de acute nood te lenigen. Menig horecabezoeker heeft inmiddels kennis gemaakt met de QR-code als bestelwijze. Drinkjes worden nog wel gebracht door echte mensen. Alhoewel: restaurant De Blaauwe Kamer in Wageningen zet robots in ter ondersteuning van het bedienend personeel. Het lijkt een gimmick maar biedt wel degelijk een blik in de toekomst van sectoren met blijvende personeelstekorten.

TOTAALPLAATJE

Onder de actuele knelpunten en pragmatische oplossingen zit een structurele ontwikkeling. De komende decennia stromen minder jongeren in op de arbeidsmarkt terwijl het aantal AOW'ers fors stijgt. Verder neemt de dynamiek van zowel groei- en krimpsectoren toe,

waardoor de aansluiting van vraag en aanbod onder druk staat.

De vraag 'wat maakt mij tot een aantrekkelijke werkgever?' is wellicht relevanter dan ooit tevoren. Braaf de cao volgen is in elk geval niet voldoende. Maar het hoogste salaris bieden meestal ook niet. Het gaat om het totaalplaatje. Een mix van elementen waarbij verschillende generaties andere eisen en wensen hebben.

ONTWIKKELINGSMOGELIJKHEDEN EN

BETEKENIS

Loon en arbeidsvoorwaarden moeten marktconform zijn, maar de betaler van de hoogste salarissen heeft niet persé een streepje voor. Uit onderzoek van BDO onder 1.400 medewerkers in het mkb en bij familiebedrijven bleek dat bijna 65% een redelijk inkomen boven een hoog salaris verkiest als daar meer ontwikkelingsmogelijkheden tegenover staan. Vooral babyboomers maken deze afweging; samenhang met de wens om hun inzetbaarheid te waarborgen, ligt voor de hand. Generatie Y – de Millennials, geboren tussen 1980 en 1996 – hecht juist meer waarde aan betekenisvol werk. Dat weegt op tegen minder salaris.

BASICS

De verdere lijst met basics van een aantrekkelijke werkgever is vertrouwd: medewerkers serieus nemen, vrijheid en zelfstandigheid bieden, regelmatig feedback geven, helpen bij een goede balans tussen werk en privé. Lang was de mogelijkheid om deels thuis te werken een standaardelement op de afvinklijst van secundaire arbeidsvoorwaarden. Met een dag in de week waren medewerkers wel tevreden. Tijdens de lockdowns werden mensen zich echter bewust van de positieve impact van thuiswerken; geen reistijd, efficiënte meetings, zelf je tijd indelen. Werkgevers merkten dat de productiviteit amper in het gedrang kwam.

TOEKOMST VAN WERK

Een constatering met verstrekkende gevolgen. Eerder was in Business al aandacht voor de visie van Tomas Pueyo. De data-analist deelt zijn inzichten over uiteenlopende onderwerpen onder meer via het platform Uncharted territories. Het dossier *Remote work is inorexable* (juni 2021) gaat over de toekomst van werk. Op basis van diverse onderzoeken (onder meer PwC, Slack en Flexjobs) verwacht Pueyo dat in ontwikkelde landen 30 tot 50% van de banen op afstand kan worden ingevuld. Verder denkt hij dat tot 30% van de kenniswerkers geheel op afstand wil werken. Slechts 5% kiest voor een

volledige kantoorbaan, de resterende werknemers geven de voorkeur aan een mix van thuis en kantoor.

Y EN Z STEEDS PROMINENTER

Een hybride vorm is dus het favoriete toekomstbeeld van werknemers. Bij jongere generaties is die wens het sterkst. Uit recent onderzoek van softwarebedrijf Citrix blijkt dat van de generaties Y en Z (1980-2010) maar liefst 94 procent niet fulltime terug wil naar kantoor. Ruim een kwart wil zelfs volledig thuiswerken, bijna een derde zoekt een hybride werkmodel waarbij thuiswerken dominant is. Door het pensioen van de babyboomers worden de generaties Y en Z alsnog prominenter op de arbeidsmarkt. En voor elke organisatie is de instroom van dit jonge en iets oudere talent van levensbelang. Hun voorkeuren moeten werkgevers daarom zeer serieus nemen in de *war for talent*.

GOOGLE'S CONCURRENTIEPOSITIE

Als het gaat om salaris, huisvesting en faciliteiten kunnen startups en jonge bedrijven niet op tegen gevestigde ondernemingen. Het faciliteren van werken op afstand is dé manier om een bovengemiddeld deel van het talent uit de jongere generaties aan te trekken, stelt Pueyo. De gevestigde orde zal moeten volgen. Neem Google. Toen corona over het hoogtepunt heen leek, werden Amerikaanse medewerkers verordonneerd om terug te keren naar kantoor. Al na twee weken moest de techreus deze oekaze herzien; de weerstand was te groot. Google blijft worstelen met de materie. De termijn waarop medewerkers zelf mogen kiezen of ze weer naar kantoor komen, werd met drie maanden uitgesteld tot 10 januari 2022. In een toelichtende mail noemde CEO Sundar Pichai onzekerheid rond het coronavirus als reden voor dit besluit. Maar de impact van een verplichte terugkeer op Google's concurrentiepositie op de arbeidsmarkt zal zeker meespelen.

GROTERE VIJVER

In de VS zijn de afstanden veel groter. De mogelijkheid om zelf je werklocatie te kiezen heeft er een andere lading dan in Nederland. Maar ook hier vergroot het ruimhartig faciliteren ervan de vijver van potentiële kandidaten aanzienlijk. En ook voor bestaande medewerkers kan het aantrekkelijk zijn. Als die een substantieel deel van de werkweek thuis kunnen invullen, is het mogelijk om de dure Randstad te verruilen voor delen van het land waar woonruimte goedkoper is. Kortom: werken op afstand is een sterke troef in de strijd om talent.



MARC VAN LAERE PRODUCTIES GEEFT AL RUIM TWINTIG JAAR KLEUR AAN EVENEMENTEN

‘VERBINDING IS BELANGRIJKER DAN OOI’

De coronacijfers zitten in de lift, en dat ondervindt de evenementenbranche ook. Toch blijven Marc en Aster van Laere van evenementen- en entertainmentbureau Marc van der Laere Producties positief. “Verbinding is belangrijker dan ooit”, aldus Aster van Laere.

Wie Marc van Laere Producties noemt, denkt aan allerlei grote artiesten. “Mijn roots liggen in de entertainmentindustrie”, knikt Marc instemmend. “Vandaag de dag hebben we nog steeds direct toegang tot allerlei grote namen. Maar we werken met net zoveel liefde en passie aan een lokaal evenement. Het gekke is dat we landelijk heel bekend zijn, maar in Rivierenland nog niet. Wij willen laten zien dat we ook in de regio voor het totaalplaatje kunnen zorgen doordat wij alleen met de allerbeste partijen, zoals technische leveranciers en cateraars, samenwerken. Op die manier creëren wij de mooiste belevissen. De meest bijzondere artiesten,

revolutionaire technieken en de allerlaatste trends op het gebied van food en drinks inspireren ons en geven kleur aan onze evenementen. Met deskundige begeleiding en vol energie organiseren wij evenementen die mensen bijblijven en motiveren.”

BELEVING

Marc van Laere Producties is in de afgelopen twintig jaar uitgegroeid tot een evenementen- en entertainmentbureau dat behoort tot de top van de Nederlandse markt. Klanten kunnen er terecht voor unieke bedrijfsevenementen, onvergetelijke privéfeesten en



Aster en Marc van Laere delen hun passie voor het evenementenvak.

congressen met impact. “Met veel plezier maken wij van elk event een bijzondere beleving”, vertelt Marc. “Wij willen een toegevoegde waarde bieden voor onze klanten en houden ervan om hen te verrassen. ‘Kan niet’ bestaat niet bij ons. Wij zoeken graag de grenzen op.”

“We zijn dan ook veel meer dan zomaar een evenementenbureau”, vult Aster aan. “Samenwerken is bij ons de rode draad. Doordat wij een familiebedrijf zijn, zijn bij ons de lijnen bovendien kort.”

EVENEMENTENHART

Hoewel Aster al wel actief was in het horecavak, werkt zij pas sinds 2020 bij haar vader in het bedrijf. “Ik kreeg steeds vaker aanvragen voor evenementen bij mijn restaurant in Utrecht”, blikt ze terug. “En opeens viel het kwartje: ik had geen horecahart, maar een evenementenhart. En wat is nu leuker om samen met je vader dit vak te kunnen uitoefenen? Ik stuurde een open sollicitatie naar mijn vader en was echt heel zenuwachtig”, zegt Aster met een glimlach. In januari 2020 kon ze aan de slag. “Drie maanden knallen en toen kwam corona”, vertelt ze. “Maar we zijn niet bij de pakken neer gaan zitten.” Hard werken kreeg Aster namelijk met de paplepel ingegoten. “Mijn gezin hielp vroeger al mee met allerlei evenementen”, aldus Marc. “Weet je nog pap, dat wij 2 euro per uur kregen om ballonnen te vullen met spliterwten voor het 75-jarig jubileumfeest van HEMA voor 20.000 gasten?”, lacht Aster.

GOUDEN GIRAFFE

En zo zijn er nog ontelbaar veel anekdotes die de revue passeren. Trots zijn ze beiden op het behalen van de Gouden Giraffe in 2018 voor het beste interne

event. Toen C&A haar 175-jarig bestaan wilde vieren met de thema's; Trots, Teams & Toekomst bedacht Marc van Laere Productions een concept waarbij alle medewerkers werden uitgenodigd om met hun 'beste idee voor de toekomst van C&A' te komen. Gekoppeld aan een leiderschap ontwikkelprogramma 'coachend leidinggeven': 'The C&A Future Challenge'. Een programma van ruim 10 weken mondde uit in een grootchalig evenement waar alle filialen en het hoofdkantoor van C&A hun beste idee voor de toekomst van hun organisatie mochten presenteren op een grote heuse ideeënmarkt.

'WIJ ZOEKEN GRAAG DE GRENZEN OP'

Maar liefst 107 teams presenteerde hun ideeën aan de 2.500 aanwezige collega's en een vakjury. Tijdens de awardshow werd door de jury in vijf categorieën een winnaar bekendgemaakt. “Er kwam geen artiest aan het programma te pas”, benadrukt Marc. “En toch zegt iedereen die erbij was dat hen dit meer bij gebleven is dan het feest wat hierna plaatsvond. Conceptdenken is dan ook iets wat wij het allerliefste doen.”

BEHOEFTE AAN VERBINDING

Juist in een tijd dat veel mensen thuiswerken, is de behoefte aan echte sociale con-

necties enorm. “Hybride werken is een fantastische ontwikkeling”, aldus Aster. “Dit heeft ons veel gebracht. Vergaderingen blijken middels livestreams bijvoorbeeld ineens veel korter te kunnen en we houden meer tijd over omdat we minder hoeven te reizen. Toch hebben we meer dan ooit de behoefte aan verbinding en dan is een live event een mooie tool. Juist met een live event kun je dat 'wij'-gevoel creëren waar iedereen nu zo'n behoefte aan heeft.”

Nieuwsgierig wat Marc van Laere Producties voor jou kan betekenen?

www.marcvanlaere.nl

MARC VAN LAERE PRODUCTIES TILT ACROBATIEK NAAR HOGER NIVEAU 2021

Als kleine jongen was Marc van Laere al gek op het circus. Naast zijn evenementen- en entertainmentbureau Marc van Laere Producties is hij ook manager van het internationale acrobatiekgezelschap Bencha Theater. Hun podium bevindt zich niet in de piste, maar tegen muren van bedrijfspanden, kerken en kastelen.

Vertical Wall Dance

AIRA Vertical Wall Dance is een collectief van internationale skydancers. Deze groep luchtacrobaten verzorgen spectaculaire shows, waarin de muur in een verticale choreografie het podium wordt. De acrobaten rennen over de muren van kantoren, dansen langs kerktorens en zwieren over de hoogste fabrieken.





Bij Het Groene Huis vind je vaste- en flexplekken voor kleinschalige ondernemers en zzp'ers.

Nanette van Dishoeck, kwartiermaker Het Groene Huis in Zaltbommel.



HET GROENE HUIS IN ZALTBOMMEL VERBINDT ONDERNEMERS DIE DUURZAAM DENKEN

DRAAG IETS BIJ AAN DE MAATSCHAPPIJ

Toevallig draagt de gevel de juiste kleur, maar het gaat bij Het Groene Huis in Zaltbommel vooral om de inhoud. De kantoorruimte profileert zich als een platform om ondernemers te verbinden die duurzaam denken in de breedste zin des woords. Er liggen volop mogelijkheden om te netwerken en partnerschappen aan te gaan, al dan niet projectmatig. Allerlei initiatieven, zoals thematische bijeenkomsten, werken extra stimulerend.

Vanuit eigen motivatie of aangespoord door maatschappelijke of andere ontwikkeling zet bijna iedere ondernemer in een bepaalde mate het thema duurzaamheid op de agenda. “Dat kwam duidelijk naar voren toen ik in aanloop tot het opstarten van Het Groene Huis een marktverkenning in de regio deed. Dit in samenwerking met de gemeente Zaltbommel, die duurzaam ondernemen wil stimuleren,” vertelt Nanette van Dishoeck, kwartiermaker van de nadrukkelijk circulaire kantoorruimte met vaste en flexplekken voor kleinschalige ondernemers en zzp'ers. “Daarmee werd het voor ons helder dat dat de gemeenschappelijke deler moest vormen. Het wil niet zeggen dat je zakelijk al duurzaam bezig moet zijn als je hier komt te zitten, als je het circulaire gedachtegoed maar omarmt. Dat kan ook prima in relatie tot mensen, bij-

voorbeeld op het gebied van re-integratie of coaching om een burn-out af te wenden. We hebben daar concrete voorbeelden van binnen onze huidige vaste bezetting. Ieder geeft er op zijn eigen manier inhoud aan en dat sluit aan bij het uitgangspunt.”

MET ELKAAR LUNCHEN

Het Groene Huis, eind 2019 opgericht, vindt onderdak in de rechtervleugel van het gemeentekantoor van Zaltbommel, in de nabijheid van zowel de snelwegafrit als het NS-station. Negen kleinschalige ondernemers, zzp'ers en non-profitorganisaties huren er een ruimte op basis van een vast contract en daarmee blijven nog genoeg plekken over voor zelfstandigen die één of enkele dagen per week rustig willen werken. “Bij die doelgroep leggen we minder expliciet de nadruk op de

connectie met duurzaamheid, al vinden we het natuurlijk wel een pre en zullen deze ondernemers dan eerder raakvlakken hebben met de andere mensen die hier aanwezig zijn. We stimuleren dat ze contact met elkaar leggen en dat er altijd iemand opstaat om een nieuwkomer hartelijk te ontvangen. Uit ervaringen bleek dat er niet zo'n behoefte ontstaat aan een vrijdagmiddagborrel, zoals bij mensen in loondienst. Om toch de connecties aan te wakkeren besloten we om dagelijks met elkaar te lunchen. Geen verplichting, maar de meesten maken graag van de gelegenheid gebruik. Collega's om je heen, dat voelt fijn. Je kunt je verhaal kwijt, je versterkt en helpt elkaar, in plaats van dat je in je eentje thuis of op een kantoorje zit.”



CREATIVITEIT

In de periode dat covid-19 zijn piek bereikte viel het niet mee om cohesie en synergie te bevorderen, maar dat triggerte wel de creativiteit. “We riepen een nieuwsbrief in het leven, waarbij elke ondernemer een aflevering voor zijn rekening neemt en daarna de pen doorgeeft,” vertelt Van Dishoeck. “Hij of zij beschrijft in 500 woorden hoe de week verliep. Ook vonden er online-presentaties plaats en sinds alles weer wat normaler is kunnen we hier bijeenkomsten houden, zowel met een intern als een extern karakter. Onder de noemer ‘De Groene Tafel’ hadden we laatst een architect en een interieurbouwer op bezoek die vertelden over een circulair huisvestingsproject, waarbij de eerste de laatste aanstak en zij samen de opdrachtgever over de drempel hielpen. De locatie leent zich ook uitstekend om de deelnemers aan Energiekringen te ontvangen, een project van Coöperatie Bommelerwaard en de gemeente Zaltbommel om inwoners te laten meedenken over duurzame oplossingen in hun wijk.”

LIVING LAB

Van Dishoeck ziet nog wel meer mogelijkheden. “Ik ben momenteel betrokken bij een haalbaarheidsstudie naar een Living Lab Circulaire Economie hier in de regio, samen met onder meer VNO-NCW, Circles en KplusV. Elders in het land vind je dit al op een aantal plekken. Innovatieve ondernemers en start-ups ontwikkelen er in kleine werkplaatsen circulaire oplossingen, waarbij ze volop van elkaars diensten en kennis gebruik maken. Ook overheid en onderwijs doen mee. Het aanspreekpunt van zo’n concept zou natuurlijk prima een aantal dagen in de week hier kunnen zitten. Overigens vormt Het Groene Huis ook een goede uitvalsbasis voor een ondernemer die af en toe even de hectiek van zijn eigen bedrijf wil ontvluchten en voor teams -

DE VASTE ‘BEWONERS’

Om een idee te geven van de ondernemers die Het Groene Huis met elkaar delen zetten we hieronder de vaste ‘bewoners’ op een rijtje. Daarnaast strijken er dagelijks flexwerkers neer die ongestoord en toch in een inspirerende omgeving met netwerkmogelijkheden hun taken willen uitvoeren.

- LaCresta, brengt duurzaamheid in beweging
- Buro Berlinde, talentontwikkeling en persoonlijk leiderschap van young professionals
 - Harder & Verder, zelfontmoetingen met loPT (traumaverwerking)
- Het Energieloket Zaltbommel, advies voor inwoners over isoleren en verduurzaming woning
- Coöperatie Bommelerwaard, bewonerscoöperatie die werkt aan collectieve opwek van duurzame energie
 - Antoine Ketelaars Advies, adviesbureau voor Energie & Duurzaamheid
 - Projectbureau Herstructurering Tuinbouw Bommelerwaard (PHTB)
- Bersam bv, verkoop van installaties waarmee o.a. onderwatercomponenten van windmolens op zee gesneden worden
 - Aeffort (assessment, training en talentcoaching)

bijvoorbeeld van bedrijven met verschillende vestigingen in het land - om samen aan een duurzaam project te werken. De verbindingen met de zelfstandigen die hier permanent of op flexbasis werken zijn dan natuurlijk zo gelegd. Zo inspireer je elkaar en ontstaan er mogelijk nieuwe partnerschappen.”

‘WE VERLANGEN VAN ALLE BETROKKENEN DAT ZE OP DE ÉÉN OF ANDERE MANIER IETS BIJDAGEN AAN DE MAATSCHAPPIJ’

HERGEBRUIKTE INVENTARIS

Binnen de vaste en flexibele abonnementsvormen voorziet Het Groene Huis in wifi, goede koffie en thee, schoonmaak, beveiliging en al dan niet optioneel beschikbaarheid van een vergaderruimte. De flexplekken zijn ingericht met deugdelijk en ergonomisch verantwoord meubilair, maar dan wel volgens de circulaire gedachte. “Je komt hier vrijwel uitsluitend hergebruikte inventaris en andere spullen tegen, zoals decoratie. Diverse voorwerpen, zoals stoelen, halen we zelfs bij de kringloop vandaan en de gemeente Zaltbommel had nog kunstwerken over die we mogen gebruiken. Ook de ondernemers brengen soms iets in. Het duurzaamheidsplaatje moet per slot van rekening wel kloppen. We verlangen eigenlijk vooral van alle betrokkenen dat ze op de één of andere manier iets bijdragen aan de maatschappij. Hoe mooi is het dan als ze elkaar daarin kunnen vinden binnen de muren van Het Groene Huis?”

www.hetgroenehuis.net



Bij het Groene Huis inspireren ondernemers elkaar.

PLUS

COOP

Samen maak je 't versch



FUSIE- EN OVERNAMEMARKT OP RECORDKOERS

INHAALSLAG KRIJGT VAART

Ook op fusies en overnames had de corona-uitbraak en de daarop volgende onzekerheid veel impact. Lopende deals verdwenen in de ijskast of werden zelfs helemaal afgeblazen. In de tweede helft van 2020 trok de fusie- en overnamemarkt echter alweer aan. Vanaf dat moment bleef de vaart erin. Wat heet: we zijn hard op weg naar een recordjaar.

Overnameplatforms Brookz en Dealsuite doen periodiek onderzoek naar cijfers en trends in de Nederlandse overnamemarkt. Voor de meest recente versie werden 268 fusie- & overnameadvieskantoren onderzocht die zich richten op bedrijven met een omzet tussen 0,5 en 30 miljoen euro. Zij melden een stijging van het aantal transacties met 21 procent. Daarmee zit de overnamemarkt weer op het niveau van voor de coronacrisis.

70 PROCENT MINDER

Wel zijn er grote verschillen tussen sectoren. Volgens het onderzoek van Brookz en Dealsuite werden in de eerste helft van 2021 met name meer bedrijven verkocht in de sectoren e-commerce en media, reclame & communicatie en automotive, transport &

logistiek. In de sector horeca, toerisme en recreatie was het aantal bedrijfsverkopen het laagst; het daalde met 70 procent.

55 PROCENT MEER

Uit een inventarisatie van KPMG blijkt dat er in het eerste halfjaar zelfs 55 procent meer fusie- en overnamedeals plaatsvonden. Daarmee ligt Nederland op recordkoers, aldus het internationale accountants- en adviesbedrijf. Met de stijging zit ons land aanzienlijk boven de wereldwijde toename van 42 procent. Ook de financiële impact is fors hoger. De 495 bedrijfsovernames en fusies in Nederland hadden volgens KPMG een gezamenlijke waarde van € 65 miljard, tegenover € 20 miljard over de vergelijkbare periode vorig jaar.

DRY POWDER

De sterke toename kent meerdere redenen. Zo vindt een inhaalslag plaats met voorgenomen deals die tijdelijk on hold waren gezet. Verder staat de rente historisch laag, waardoor de financiering goedkoop is. Ook zoeken veel private investeerders een rendabele bestemming voor hun kapitaal. 34% van alle overnames in Nederland komen voor rekening van dergelijke private equity. Hun aandeel bleef vergelijken met 2020 ongeveer gelijk. Ook de andere groep kopers – strategische partijen – beschikt over veel dry powder; jargon voor besteedbaar kapitaal.

MENTAAL

Door de pandemie en lockdowns zagen sommige bedrijven hun omzet vrijwel geheel verdampen. Ondernemers in sectoren

als horeca moeten een aantal jaren vol aan de bak om de schade in te halen. Niet iedereen kan dit mentaal opbrengen, lijkt het. Verkoop is dan de beste – of minst slechte – optie. Voor een andere partij met nieuw elan kan zo'n overname juist een kans betekenen.

COOP EN PLUS

Ook de tendens tot meer concentratie leidt tot fusies en overnames. Goed voorbeeld is de supermarktsector. Er is een aanzienlijke schaalgrootte vereist om de noodzakelijke investeringen en innovaties te kunnen dragen. Ook meer inkooppower is een drijver voor de bundeling van krachten. De afgelopen jaren vonden al verschillende fusies en overnames plaats in supermarktland. In september 2021 maakten de ketens Plus en Coop een voorgenomen fusie bekend. Met zo'n 550 winkels wordt de nieuwe coöperatie nummer drie van Nederland.

DURE TECH

De technologiesector – waar de meeste overnames plaatsvonden – kent eveneens een concentratiegolf. Techbedrijven zijn onverminderd populair, aldus Danny Bosker, partner Mergers & Acquisitions bij KPMG in een toelichting op de eerdergenoemde inventarisatie. “De coronacrisis is ongetwijfeld een nieuwe katalysator geweest voor verdergaande digitalisering.

BOR: CRUCIAAL INSTRUMENT BLIJFT

Voor familiebedrijven heeft overdracht binnen de familie vaak de voorkeur boven verkoop aan een externe partij. Daarbij is de bedrijfsopvolgingsregeling (BOR) een cruciaal instrument. Hiermee is het mogelijk om een bedrijf fiscaal vriendelijk over te dragen aan de kinderen.

Verwachting was dat de BOR zou worden versoerd of afgebouwd. Daarvan is voorlopig echter geen sprake; de regeling blijft ook in 2022 van kracht. Wel nam de Tweede Kamer twee moties aan. Een ervan ziet op het verschil met vergelijkbare regelingen in Europa. Die in Nederland is één van de minst gunstige en dit leidt tot een onevenwichtig concurrentienadeel. Onderzocht wordt nu hoe de BOR kan worden verbeterd. De tweede motie beveelt onderzoek aan naar het harmoniseren van de bezits- en voortzettingseis met andere EU-landen.

Dat zien we terug in het overnameland-schap.”

Technologiebedrijven leveren gemiddeld een hoge waardering op. Het grote aandeel overnames in de technologiesector draagt eraan bij dat de waardering op het hoogste niveau in tien jaar ligt. Volgens KPMG wordt in Europa gemiddeld 10,6 keer de operationele kasstroom (EBITDA) betaald.

TWEE GEZICHTEN

Ook accountants- en advieskantoor Grant Thornton maakte een analyse van de fusie- en overnamemarkt. Wilfred van der Lee en Evert Everaarts, partners in de M&A-praktijk, wezen bij de presentatie op twee gezichten van de markt. In het middensegment (bedrijven met een

ondernemingswaarde tot € 100 miljoen) bleven waarderingen relatief stabiel. “Mkb-ondernemingen worden bij transacties in de eerste helft van 2021 op een vergelijkbaar niveau gewaardeerd als in 2020.”

In het topsegment – bijvoorbeeld beursgenoteerde bedrijven – zitten de waarderingen echter flink in de lift. In de eerste helft van dit jaar steeg de gemiddelde waardering met ruim 40%. Dit heeft volgens Grand Thornton deels te maken met het toenemende aantal deals in dure segmenten als IT, zorg en cloud, maar ook met het positieve marktsentiment onder corporates.

SEINEN OP GROEN

De Grant Thornton-partners denken dat de seinen voor de fusie- en overnamemarkt voorlopig op groen blijven. “Het is de verwachting dat het ruime monetaire beleid in ieder geval de rest van het jaar in stand blijft, waardoor vreemd vermogen relatief goedkoop is. In combinatie met de recordhoeveelheid kapitaal bij private equity-investeerders is het waarschijnlijk dat de interesse in overnames hoog blijft.” Nu al verdringen zich vaak meerdere geïnteresseerde partijen om een aantrekkelijke overnamekandidaat. “Vooral in kansrijke sectoren zoals digitalisering en gezondheidszorg zullen kopers een premie moeten betalen om tot de gewenste transactie te komen.”

23

Zeventig procent minder bedrijfsverkopen in de horeca (foto Soudel Vladyslav/Shutterstock).



Als accountant en fiscalist besloot Leon Zoetekouw zich breder te oriënteren en zich te laten opleiden op het gebied van zowel bedrijfskunde (post-hbo) als bedrijfswaardering.



ACCOUNTANTZ BEGELEIDT FUSIES EN OVERNAMES OOK BEDRIJFSKUNDIG

FULLCOLOURBENADERING

De huidige economische groei in combinatie met demografische ontwikkelingen veroorzaakt een golf van fusies en overnames. Aan welke kant je als ondernemer ook staat, je vraagt een accountant om de situatie cijfermatig en fiscaal in kaart te brengen. Door wie laat je je dan bedrijfskundig en op het gebied van bedrijfswaardering adviseren? Door dezelfde partij, als je AccountantZ inschakelt. Ook de menselijke kant komt daarbij aan bod.

Uit de gedrevenheid waarmee AccountantZ-oprichter Leon Zoetekouw zijn relaas doet leid je direct af dat hij veel in zijn mars heeft. Als accountant en fiscalist besloot hij zich breder te oriënteren en zich te laten opleiden op het gebied van zowel bedrijfskunde (post-hbo) als bedrijfswaardering. Hij drukt het symbolisch uit: "Ik beperk me niet tot een 'blauw profiel', maar benader mijn klanten zagezegd full colour, met een belangrijke toegevoegde waarde in de vorm van strategische advisering. De meeste ondernemers met wie ik samenwerk, nodigen mij

zelfs met vaste regelmaat uit om bij hen op de zaak te komen sparren over allerhande bedrijfskundige elementen, zoals visie en strategie, structuur, efficiency en personeelsbeleid. Van mens tot mens, met oprechte persoonlijke aandacht. Naast mijn opleidingsachtergrond heb ik daarmee ontzettend veel praktijkkennis opgedaan. Als je zo nauw met ondernemers in contact staat en alle aspecten van hun bedrijf de revue passeren, dan snap je wat er speelt. Overigens hoor en zie ik ook veel vanuit verschillende sectoren via mijn rol als voorzitter - sinds 2013 - van

het Regio Centrum binnen de NBA, de Koninklijke Nederlandse Beroepsorganisatie van Accountants."

TEKORTEN AAN PERSONEEL

Die fullcolourbenadering bewijst zijn meerwaarde in het begeleiden van fusies en overnames, een discipline die steeds vaker op het pad komt van AccountantZ. Zoetekouw: "Wij hebben veel klanten in de medische sector, ICT, bouw, metaalnijverheid en de maakindustrie. Nu de economie zo voorspoedig groeit, zie je daar grote tekorten aan goed personeel

Tekst & fotografie: Aart van der Haagen

ontstaan. Een mogelijke, veelvuldig bewezen oplossing voor dat probleem ligt in een bedrijfsovername of een fusie. Daarnaast denken op dit moment vooral de vijftigers volop na over verkoop van hun onderneming, die in een periode van hoogconjunctuur veel kan opleveren. Het is sowieso verstandig om dat tijdig te doen, zeker in het geval van een familiebedrijf. Dan wil je het kapitaal zo veel mogelijk in de zaak houden en zo min mogelijk afrekenen bij de Belastingdienst. Dat vergt een gedegen fiscale voorbereiding. Los van deze ontwikkelingen blijven het verwerven van meer marktaandeel, schaalvergroting, geografische uitbreiding en het verminderen van concurrentie belangrijke argumenten om voor een fusie of een overname te kiezen.”

TWEDELING

AccountantZ begeleidt zulke trajecten in opdracht van de kopende of de verkopende partij. Vanuit het perspectief van laatstgenoemde ondernemer moeten we volgens Zoetekouw een tweedeling maken. “Je kunt streven naar maximale winstrealisatie, dus een puur zakelijke insteek. Bij familiebedrijven werkt het vaak anders: daar wegen emotionele aspecten mee. De eigenaar wil dat zijn ‘kindje’ in goede handen komt. Ik zal dat zo dadelijk toelichten. Vormt maximale winstrealisatie het uitgangspunt, dan gaan wij samen met de eigenaar in kaart brengen wat de parels van de organisatie zijn, hoe de vraag van de markt eruit ziet en hoe

die zich naar verwachting in de toekomst zal ontwikkelen. De perspectieven, dus. Op basis daarvan stellen we gezamenlijk een plan van aanpak op, dat bijvoorbeeld een uitbreiding of een inhoudelijke versterking van het managementteam kan bevatten. Het klinkt misschien cru, maar het werkt vaak waardeverhogend als je het bedrijf echt onafhankelijk weet te maken van de eigenaar. Indien nodig en gewenst schakelen we coaches in om de betrokkenen daarin te begeleiden. Na deze fase volgen het prognostiseren van de cijfers en natuurlijk het waarderen van de onderneming.”

KEUKENTAFEL

Zoetekouw haalde de emotionele aspecten al aan die zich doen gelden bij een familiebedrijf. “Naast zakelijke belangen liggen er persoonlijke verhoudingen. De impact daarvan mag je in de begeleiding niet onderschatten, dus vergt het empathisch vermogen en aandacht voor zowel de direct als de indirect betrokkenen, zoals overige familieleden die misschien zelf niet in de zaak willen. De echte gesprekken vinden over het algemeen niet plaats aan de directietafel, maar aan de keukentafel. Dáár wordt meestal ook de knoop doorgehakt. Het levert soms complexe situaties op, bijvoorbeeld als er twijfel bestaat over de ondernemerskwaliteiten van de beoogde opvolger. Dan zoeken we met elkaar naar de beste oplossing, bijvoorbeeld een traject van ‘droogzwemmen’, zeg maar proefdraaien op manage-

mentniveau. Het is vooral een kwestie van de juiste vragen stellen en goed luisteren. Niet alles wordt hardop uitgesproken. Je moet dat aanvoelen. Vergis je niet in de rol die de direct betrokkenen, zoals de partner, spelen.”

JURIDISCH GETOETST

Naast het bovenstaande onderscheidt Zoetekouw nog een andere tweedeling, betreffende de aard van de overname. “In de ene variant draag je de aandelen over, in de andere breng je losse elementen uit de activa en passiva in. Je kunt bijvoorbeeld als verkopende partij het pand aanhouden, maar wel de inventaris voorraad in de transactie onderbrengen. In dat geval moet je zeer secuur in kaart brengen wát er wordt overgenomen. Welke bezittingen en schulden zijn er? Hoe liggen de risico's en hoe dek je die af? In zo'n traject werken wij nauw samen met een advocaat, die alles precies in het contract vastlegt, juridisch getoetst. Wij weten, vanuit onze brede achtergrond, hoe we daarover met elkaar moeten communiceren.” Na een overname- of fusietraject biedt AccountantZ de klant desgewenst nazorg, om de integratie van bedrijven soepel te laten verlopen, te sparren over strategische zetten en bijvoorbeeld het maximale profijt van een earn-outregeling te realiseren. “Samen met de menselijke aandacht overstijgt dat duidelijk het blauwe profiel,” glimlacht Zoetekouw.

www.accountantz.nl

25



**'IK BEPERK ME
NIET TOT EEN
BLAUW PROFIEL'**



CENTRUM VOOR BEDRIJFSOPVOLGING FOCUST ZICH OP ZOWEL ONDERNEMER ALS ONDERNEMING

MEER DAN ALLEEN MAAR DEALMAKERS

Volgens onderzoek zal binnen tien jaar zeventig procent van de ondernemers zijn zaak verkopen. Het verdient dus aanbeveling om tijdig over dit onderwerp na te denken. Het Centrum voor Bedrijfsopvolging staat de kopende of juist de verkopende partij graag terzijde, met een benadering die niet alleen maar prijsgeoriënteerd is. De focus ligt zowel op de ondernemer als de onderneming, met aandacht voor relevante factoren die zwaarder wegen dan in de beginfase vaak wordt gedacht.

Bij een bedrijfsovername denk je aan situaties als opvolging binnen de familie, een naderend pensioen, ambities om iets nieuws te starten, het verlies van plezier in het ondernemen, continuïteit van de onderneming of het realiseren van een groeistrategie. “Er kunnen echter ook omstandigheden veranderen, bijvoorbeeld in de markt of op persoonlijk vlak,” zegt Frans Kennepohl, adviseur bij het Centrum voor Bedrijfsopvolging in Maartensdijk. “Vaker dan je zou vermoeden vormt ziekte de aanleiding. Ook bestaan er cases waarin je mensen moet uitkopen of anderszins compenseren, zoals broers en zussen in relatie tot een familiebedrijf, ruzie met je compagnon bij beëindiging van de samenwerking of je partner bij een echtscheiding, als diegene aan de zaak verbonden is. Dan draait het om het vinden van een goede balans tussen persoonlijke en zakelijke belangen. Wordt er niemand benadeeld? Welke risico's brengt het geschetste overnameplaatje mee voor zowel het bedrijf als de betrokken personen? Ga je als ondernemer die de zaak overdraagt je pensioen in de waagschaal stellen door zelf een stuk financiering in te brengen?”

ALTIJD TWEE ADVISEURS

Om die reden schakelt het Centrum voor Bedrijfsopvolging altijd twee adviseurs in, ongeacht of het nu uit naam van de kopende of de verkopende partij handelt. “Ten eerste brengen we daarmee verschillende expertises bij elkaar, ten tweede

zien en horen twee personen nu eenmaal meer dan één,” verklaart adviseur Anton Verbunt. “Achteraf evalueren we samen het gesprek. Wat viel ons op? Is de overnamekandidaat in een familiebedrijf geschikt voor zijn rol? Proeven we bepaalde onzekerheden bij de ondernemer? We registreren wat er speelt, ook dingen die niet altijd op tafel komen, maar die wel relevant zijn. Dan zullen we er alles aan doen om die zaken toch bespreekbaar te maken.” Wij zijn ervan overtuigd hierdoor een beter resultaat te realiseren voor de ondernemer en onderneming, hetgeen onze opdrachtgevers bevestigen. Daarnaast hebben we een enorm netwerk, want bij het Centrum voor Bedrijfsopvolging zijn op dit moment zeventien adviseurs actief, ieder met zijn eigen zakelijke kring en database van ondernemingen in een grote verscheidenheid aan branches.”

NIET IN DE ETALAGE

Kennepohl legt de meerwaarde van dit laatste uit. “Binnen dat netwerk kunnen wij zoeken naar partijen die open staan voor het overnemen van een bedrijf of die juist graag hun business willen verkopen. Ondernemers zetten over het algemeen niet graag hun

zaak in de etalage, omdat dat mogelijk onrust creëert bij klanten, leveranciers en medewerkers. Ook liggen de verhoudingen met potentiële kandidaten soms lastig. Je belt niet even met je concurrent met de boodschap dat je graag je bedrijf wilt verkopen, terwijl je voor zo'n partij wél een interessante kandidaat kunt vormen, omdat hij er belang bij heeft om zijn marktaandeel te vergroten en er een interessant klantenbestand bij zit. Wanneer wij dat spel spelen, wordt de toon anders, waarbij vaak zelfs de situatie ontstaat dat wij op bepaalde vlakken een bescheiden positie innemen. Dan laten de betrokken partijen het touwtrekken over de prijs aan ons over, terwijl ze met elkaar over de kwaliteit van het bedrijf praten.”

SPIEGEL VOORHOUDEN

“Precies daarmee haalt mijn collega aan wat wij bedoelen met het feit dat we ons niet alleen maar als dealmakers opstellen,” zegt Verbunt. “Natuurlijk gaat het om het realiseren van de beste overnamesom, maar naast de prijs van de onderneming kijken wij ook naar de ondernemer. De verkoper gaat, meer dan hij in eerste instantie vaak wil toegeven, gevoelsmatig afscheid nemen van zijn

ACCOUNTANTS *jb* ADVISEURS

Een belangrijk uitgangspunt voor ons is de persoonlijke benadering van onze cliënten en relaties. Iedere ondernemer, onderneming en relatie is in onze ogen uniek en staat bij ons centraal.

Betrokkenheid, helderheid en vertrouwen zijn de kernwoorden van onze dienstverlening. En snelheid, want door alert te reageren op nieuwe situaties en wetswijzigingen stellen wij u in staat de juiste beslissingen te nemen. Snelheid betekent ook stiptheid, onder meer in het aanleveren van uw jaarstukken. Dit bespaart de cliënten tijd en kosten en wij kunnen tijdig adviseren.

Onze dienstverlening is erop gericht om u uw zorgen te ontnemen. U te informeren en adviseren met verstand van zaken. Uw zaken. Daarom werken wij voor u en uw bedrijf alsof het om onze eigen onderneming gaat. De

JB Accountants & Adviseurs BV is een zelfstandig accountantskantoor waar een enthousiast team van accountants, belastingadviseurs en medewerkers als een hecht team samenwerkt ten behoeve van onze cliënten.

diensten die JB Accountants & Adviseurs BV aanbiedt zijn onder te verdelen in de volgende hoofdgroepen:

- **Accountancy**
- **Salaris**
- **Advies**
- **Fiscaal**

Als u verdere informatie wenst over ons kantoor en onze diensten kunt u altijd contact met ons opnemen. Via de mail jeroen@jbaccountants.nl of telefonisch onder het nummer 0345 535786.

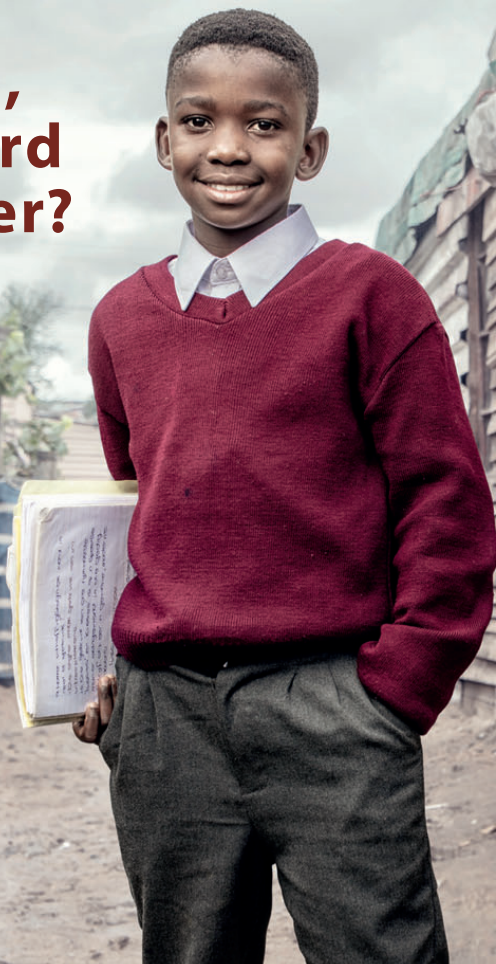


JB Accountants en Adviseurs

Herman Kuykstraat 56c | 4191 AL Geldermalsen | +31 (0)345 - 53 57 86
info@jbaccountants.nl | www.jbaccountants.nl

Gratis advertentie

Mama, hoe word ik dokter?



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

Gelukkig zijn er de MAMAS.

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

Steun de MAMAS.

Ga naar www.kinderfondsmamas.nl

Kinderfonds
mamas



kindje. Hij hecht er veel waarde aan om datgene wat hij heeft opgebouwd goed achter te laten, vaak ook met een stukje verantwoordelijkheidsgevoel richting medewerkers en externe relaties. Wij als adviseurs brengen inzichten en houden onze opdrachtgever soms een spiegel voor. Het gebeurt nogal eens dat partijen in de loop van het proces 'ja' zeggen tegen dingen waar ze aanvankelijk niet achter stonden. Dan zien wij het als onze taak om de risico's aan te kaarten. Is het wel verstandig om als verkoper aan de koper een financiering te verstrekken om het gat te dichtten? Blijven klantrelaties overeind als de nieuwe eigenaar op zijn eigen manier zaken doet? Trouwens, de prijs vormt niet altijd een vast gegeven. Soms kan het voor de verkoper meer opleveren om een variabele component in te bouwen, bijvoorbeeld gebaseerd op toekomstige omzet. Een interessante optie, mits je dat juridisch goed aftimmert."

VERWACHTINGEN MANAGEN

Een essentiële schakel in het geheel vormt de accountant. "Die geldt voor de meeste ondernemers als een vertrouwenspersoon, niet alleen op het cijfermatige vlak," aldus Henk Glissenaar, aanwezig bij het gesprek namens Glissenaar Accountants in Vleuten. "In

HET GEBEURT NOGAL EENS DAT PARTIJEN IN DE LOOP VAN HET PROCES 'JA' ZEGGEN TEGEN DINGEN WAAR ZE AANVANKELIJK NIET ACHTER STONDEN

het geval van een overname onder begeleiding van het Centrum voor Bedrijfsopvolging verschaft hij waardevolle informatie en kan hij keuzes uit het verleden cijfermatig goed onderbouwen. Sowieso vervult de accountant een hoofdrol bij due diligence en is hij direct of indirect betrokken bij de waardebeoordeling, aan welke kant hij ook staat. In opdracht van de verkopende partij zal hij de ondernemer helpen om zijn doel met de transactie te realiseren, bijvoorbeeld een solide pensioenvoorziening. Treedt hij op voor de kopende partij, dan legt hij zich

naast de genoemde zaken toe op onder andere het voorwerk voor het verkrijgen van een financiering, het opstellen van een begroting en het schetsen van goed- en slechtweersscenario's, om de verwachtingen te managen. In alle gevallen zou ik graag een dringend advies geven aan ondernemers: denk vroegtijdig na over verkoop van je onderneming, want dat geeft je gelegenheid om zaken te structureren en het proces grondig voor te bereiden. Accountants werken daarbij graag samen met de adviseurs als het Centrum voor Bedrijfsopvolging. Het scheelt je een hoop stress en levert bijna altijd geld op." Verbunt knikt bevestigend: "Hoe beter en eerder we de ondernemer en zijn accountant kennen, hoe meer we kunnen betekenen voor zijn zaak... en hem- of haarzelf, zeker in nauwe samenwerking met elkaar."

Meer informatie: www.cvbinfo.nl

Aanbevolen locaties



Herberg De Engel

Waalbandijk 102
6669 ME Dodewaard
T 0488 411 280
E info@de-engel.nl
I www.de-engel.nl



Restaurant La Provence

Gamerschestraat 81
5301 AR Zaltbommel
T 0418 51 4070
E info@la-provence.nl
I www.la-provence.nl



SALSA, catering op locatie

Postbus 41
4153 ZG Beesd
T 06 - 522 11 459
E info@salsacatering.nl
I www.salsacatering.nl



De Twee Linden

Zandstraat 100
6658 CX Beneden-Leeuwen
T 0487 59 1234
E info@detweelinden.nl
I www.detweelinden.nl



We ♥ PrintMedia



WAAROM ZOU JE KIEZEN VOOR COACHING IN DE NATUUR?

Als er sprake is van (dreigend) mentaal verzuim, dan is het de hoogste tijd om deskundige ondersteuning in te schakelen. Bij bestaand mentaal verzuim kun je met deskundige begeleiding de duur van de uitval halveren. Bij preventieve inzet bespaar je volgens onderzoek 95% van de kosten van verzuim. Bij Liberi bieden wij die deskundige begeleiding aan met coaching in de natuur.

31

Naast dat je natuurlijk de beste coach voor jouw medewerker wil vinden, is de meerwaarde van beweging - in de natuur - ruimschoots aangetoond. Zo heeft onderzoek aangetoond dat alleen al het zien van natuur ontspanning bevordert, de bloeddruk verlaagt en cognitieve functies herstelt. Daarnaast zorgt het gesprek gecombineerd met beweging ervoor dat de linker- en de rechter hersenhelft gaan samenwerken, waardoor je in oplossingen gaat denken en vervelende ervaringen makkelijker verwerkt.

Als landelijk opererend bedrijf lopen we met veertig coaches elke dag de stress uit heel wat werknemers. Door actief bezig te zijn, is leren herkennen wat ons lijf ons vertelt onze focus. De banen in Nederland worden steeds digitaal en complexer, waarbij we meer en meer lijken te vergeten om te luisteren naar de lichaamssignalen. Dat we hierdoor overprikkelt, angstig of zelfs depressief worden, lijken we niet goed te beseffen. Hier wandelend bij stil staan en een voorbeeld nemen aan wat de natuur ons leert over balans en evenwicht is zeer de moeite waard.

Wat je vraag ook is, Liberi zet je in beweging!

Wil jij voor jouw organisatie de impact van mentaal verzuim verlagen? Neem dan contact op voor een gratis adviesgesprek.

Reinoud Prins, medeoprichter en coach Liberi Coaching

www.liberi.nl
info@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





EYEOPENERS DOOR KLEINBEDRIJF INDEX

'40% ONDERNEMERS LEIDT MARGINAAL BESTAAN'

Belangrijke grondslag voor economisch beleid is de conjunctuurmonitor van het Centraal Bureau voor de Statistiek. In dit onderzoek ontbreken echter gegevens over zzp'ers, starters en de meeste kleinbedrijven. De Kleinbedrijf Index brengt daar verandering in. Belangrijke conclusie: veel ondernemers leiden een marginaal bestaan.

Adequate data zijn cruciaal als basis voor een effectief economisch beleid. "De conjunctuurmonitor van het Centraal Bureau voor de Statistiek geeft informatie over bedrijven met vijf en meer medewerkers," zegt Lex van Teeffelen, Lector Financieel Economische Innovatie aan de Hogeschool Utrecht. In de economische en financiële cijfers ontbreken hierdoor gegevens over zzp'ers, starters en de meeste kleinbedrijven. "Je hebt het dan over ruim 95% van alle 1,3 miljoen ondernemers, een kwart van alle bedrijfswinsten en een derde van de werkgelegenheid."

DE PLANK MIS

Maatregelen voor ondernemingen met meer medewerkers zijn lang niet altijd effectief voor kleinere bedrijven en zzp'ers. "Ze kunnen zelfs contraproductief zijn. Zo is de dynamiek voor wat betreft digitalisering heel anders. Bij tien en meer medewerkers is een substantiële inzet van software essentieel voor een adequate bedrijfsvoering. Werk je maar met een paar mensen dan is een ERP-pakket echt niet nodig." Bij stimuleringsmaatregelen moet rekening worden gehouden met deze verschillen. "Baseer je alles op de kenmerken en behoeftes van grotere bedrijven dan sla je de plank mis."

IN LACUNE VOORZIEN

Om in de lacune te voorzien, namen Qredits Microfinanciering, ONL voor Ondernemers en Hogeschool Utrecht eind 2020 het initiatief voor een Kleinbedrijf Index. Van Teeffelen: "Dit onderzoek wordt vier keer paar jaar uitgevoerd via een online vragenlijst aan relaties van Qredits en ONL. De pool bestaat uit zo'n 10.000 ondernemers. Hun kenmerken komen overeen met die van de Nederlandse bedrijfspopulatie." Voor de Kleinbedrijf Index wordt onder meer gevraagd naar omzet, werkgelegenheid, innovatie, ondernemersloon, investeringen, solvabiliteit en continuïteit.

Ook wordt regelmatig ingezoomd op specifieke thema's. "De respons ligt tussen 10 en 15% en is voldoende representatief."

SCHULDEN AFBETALEN

Begin december 2021 verscheen de vierde editie van de Kleinbedrijf Index. Gevraagd is naar de resultaten over de derde periode en de verwachtingen voor het laatste kwartaal. "In Q3 herstelde de economie zich. Al stijgt de omzetindex amper, alle sectoren presteren op of zelfs boven het niveau van 2019." Desondanks blijven ondernemersloos en solvabiliteit volgens de Kleinbedrijf Index nog sterk achter. "Belangrijke oorzaak is dat ondernemers hun kortetermijnschulden versneld aflossen. Denk aan leveranciers en huur; voorwaarden om te kunnen blijven ondernemen. Hierdoor lukt het amper om te investeren. Vaak laten ondernemers ook de eigen beloning nog maar even zitten."

TREND BAART ZORGEN

Uit de Kleinbedrijf Index blijkt dat zo'n 40% van de ondernemers een te lage marge realiseert en weinig solvabel is. "Ze zijn niet in staat zichzelf een normaal ondernemersloos uit te keren. Vaak ligt hun inkomen zelfs onder het bijstandsniveau." Corona heeft deze ontwikkeling versterkt. "Maar de trend is al langer zichtbaar en dat baart grote zorgen. Natuurlijk, een meerderheid van de ondervraagden doet het nog steeds goed. Maar extrapoleer je de 40% dan hebben we het over ruim 800.000 Nederlandse ondernemers met een marginaal bestaan."

DOORBRAAKTAFELS

Actie is daarom dringend gewenst, stelt Van Teeffelen. "Goed voorbeeld is het programma Ondernemers Centraal van de gemeente Utrecht. Daarbij zijn de af-

delingen Economische Zaken en Werk en Inkomen betrokken. Alle Utrechtse ondernemers die een TOZO- of NOW-aanvraag hebben ingediend, zijn uitgenodigd. Ook kunnen mensen zelf initiatief nemen voor een gesprek. Doorbraaktafels moeten er vervolgens voor zorgen dat ondernemers die vastlopen, geholpen worden."

POTENTIEEL ONTSLUITEN

Het Utrechtse programma biedt kosteloos advies en coaching. "Een deel van de ondernemers zal met de juiste ondersteuning levensvatbaar blijven. Maar dat geldt zeker niet voor iedereen. Soms kan het verstandiger zijn om te stoppen en een baan te zoeken." Gezien de grote tekorten op de arbeidsmarkt is het momentum gunstig. "Ondernemers hebben vaak prima kwalificaties en veel ervaring. Stappen zij over naar een loondienstfunctie dan wordt een potentieel ontsloten waar groeiende bedrijven met toekomstperspectief baat bij kunnen hebben."

GELUKKIG WORDEN

Voor veel ondernemers is bedrijfsbeëindiging een grote stap. "Trots kan een rationale keuze in de weg staan. Maar het gaat er uiteindelijk om waar je gelukkig van wordt. Als iemand een stressvol, marginaal bestaan als ondernemer verruult voor een uitdagende baan dan kan dat een verstandig besluit zijn." Ook hierbij is ondersteuning gewenst. "Voor veel ondernemers is het immers lang geleden dat ze gesolliciteerd hebben."

AANGEVRAAGDE SUBSIDIES GEHALVEERD

Bij het Utrechtse programma Ondernemers Centraal wordt het gesprek met ondernemers aangegaan. "Dat gebeurt nog maar zelden. Dit raakt een andere belangrijke conclusie uit de recente Klein-

bedrijf Index: ondernemers weten de weg naar subsidies en fiscale aftrekmogelijkheden slecht te vinden. Eerder onderzoek uit 2015 biedt een bruikbare benchmark. Daarmee vergeleken is het aantal aangevraagde subsidies gehalveerd."

KOPSCHUW

En dat komt niet omdat er minder stimuleringsmaatregelen zijn. "Er zijn tal van aantrekkelijke regelingen en subsidies van gemeenten, provincies en vanuit Europa. Denk aan onderwerpen als scholing en duurzaamheid." Die zijn echter alleen toegankelijk via een woud aan digitale loketten. "Daar lopen bedrijven vaak vast door complexe, uitgebreide vragenlijsten en onderbouwing. Vul je één onderdeel verkeerd in dan gaat het al mis. Ondernemers worden kopschuw en haken af."

ECHTE MENSEN

Dit moet anders, vindt Van Teeffelen. "Vrijwel alle ondernemersondersteuning is wegbezuinigd, zowel bij brancheorganisaties als bij de Kamer van Koophandel. Een organisatie als Syntens bestaat niet meer. Accountmanagers van banken zijn vervangen door digitale loketten en algoritmes." Adviseurs met kennis van zaken worden node gemist. "Bij ondernemers is grote behoefte aan een organisatie die als vraagbaak dient. Niet het zoveelste digitale loket maar een centraal punt waar de weg wordt gewezen naar alle regelingen en subsidiemogelijkheden. En plek ook waar ondernemers weer *face to face* kunnen sparren met echte mensen." Van Teeffelen adviseert om daarvoor geen nieuwe organisatie in te richten maar samenwerking te zoeken met een bestaande partij. "De Kamer van Koophandel zou zo'n rol prima op zich kunnen nemen."



GEZONDERE WERKNEMERS: MAKKELIJKER DAN JE DENKT

Gezonder leven: meer dan 70% van de Europese bevolking zou dat kunnen gebruiken, maar het blijkt niet gemakkelijk. Hebben we gemiddeld genomen wellicht een idee dat we daar veel meer voor moeten doen, dan wat ervoor nodig is? Neem het onderdeel 'bewegen'. Zeker door mensen met een kantoorbaan wordt vaak gedacht dat men met meer bewegen of sporten zeker anderhalf tot twee uur kwijt is. Maar ook dat zij zich uit de naad moeten werken en dat ze altijd bekeken worden door fitte en gespierde mensen. Misschien is hier enige nuance op zijn plaats.

Als werknemers gaan sporten in de sportclub of in het fitnesscentrum, dan is dat over het algemeen inderdaad een uur of meer sporten. Je moet vooraf omkleden en achteraf douchen. Het kost doorgaans dus inderdaad die 1,5 tot 2 uur. Maar het kan veel efficiënter. Volgens de beweegrichtlijn is twee à drie keer per week acht à tien oefeningen de richtlijn om de spieren optimaal te trainen, als men dat in een effectief circuit doet, dan kost dat hooguit 30 minuten. Met omkleden en douche erbij maximaal 45 minuten tot 1 uur.

CONDITIETRAINING

Nu zijn veel mensen misschien gewend om vooraf 30 minuten cardiofitness te doen. Of om juist de training veel langer uit te rekken door drie sets te doen en tussen elke set wat langer te pauzeren, maar binnen die 30 minuten is prima het hele lichaam te trainen. Hetzelfde geldt voor conditionele training. Groepslessen duren doorgaans 60 minuten, maar volgens de internationale richtlijn is twee à drie keer per week conditietraining van 20 minuten al prima voor een goed gezondheidseffect. Nu is het gemakkelijk spierversterkende

training en conditietraining te combineren en dus voor die 1,5 tot 2 uur te kiezen, maar men kan er dus ook gemakkelijk twee keer 1 uur van maken.

MINDER TIJD?

Miljoenen mensen bezoeken iedere week een of enkele malen de sportclub of het fitnesscentrum, maar voor veel mensen blijft het een absurd idee om daar zoveel tijd voor vrij te maken. Het past gewoonweg niet in de leefstijl, of men is te druk op het werk en met andere zaken. Hebben die werknemers dan pech en





lopen die dan de kans meer ziekteproblemen te krijgen in hun oudere dagen? Het antwoord is: zeker, dat is niet te ontkennen. Mensen die elke week conditie- en spierversterkende training doen, hebben daar enorm gezondheidsvoordeel van. Echter neemt dat niet weg dat er op het gebied van bewegen ook nog wel alternatieven zijn die veel minder tijd kosten.

THUIS

Zo zou men thuis elke week twee of drie keer een spierversterkende sessie kunnen doen. Met als basis, de squat-oefening,

zodat men in ieder geval in de benen en rug sterk blijft. En wat te denken van een goede lunchwandeling. Het advies is überhaupt al om langdurig zitten elk dagdeel te onderbreken met een wandeling van 10 minuten, maar nog beter 20 of 30 minuten. Het stimuleren van de lunchwandeling staat dus gelijk aan het stimuleren van een gezondere leefstijl.

PAK IN IEDER GEVAL DIE VIJF

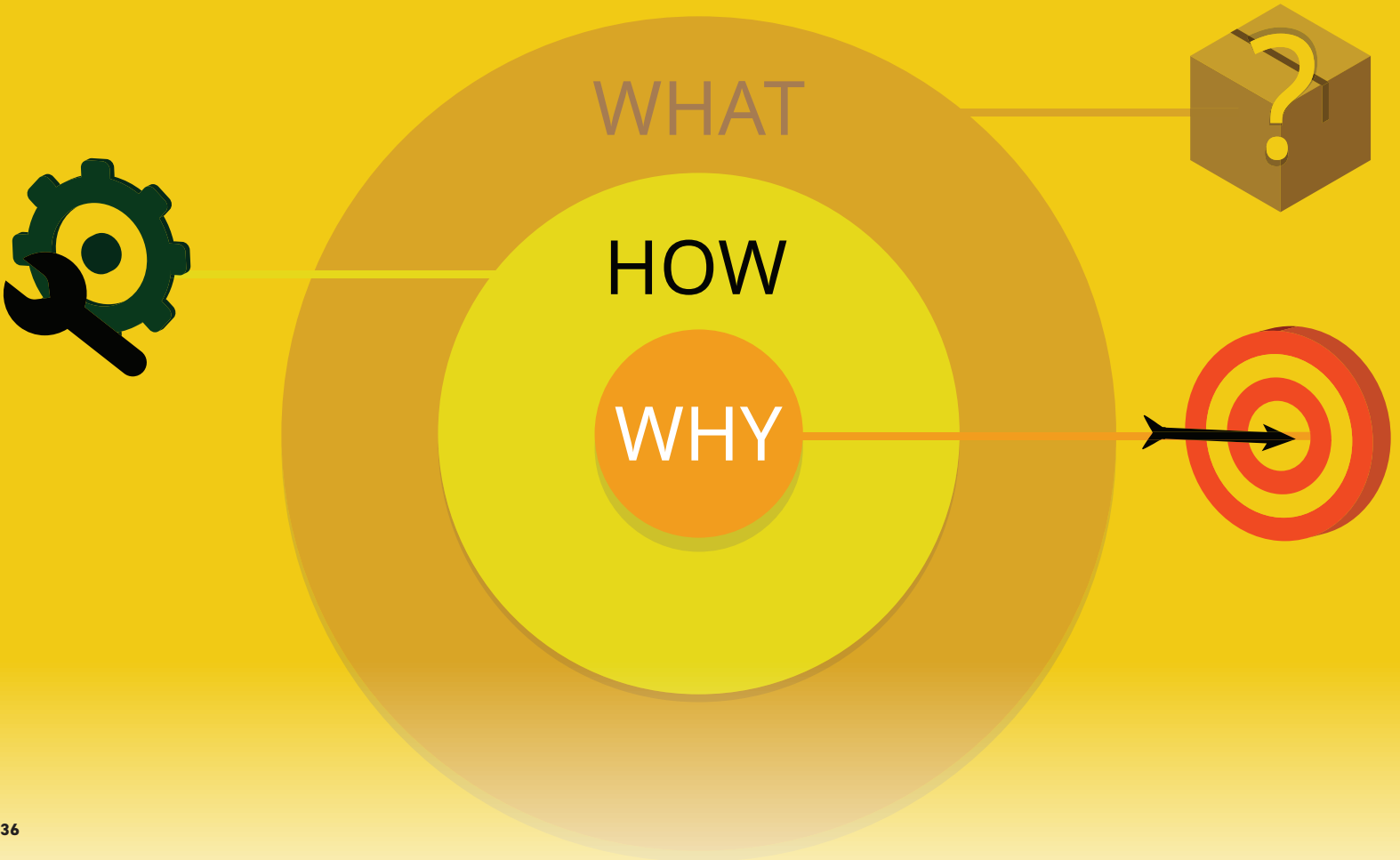
Een actieve leefstijl begint bij minder lang aaneengesloten zitten. Elke week sporten en de spieren trainen is het advies, het

EEN ACTIEVE LEEFSTIJL BEGINT BIJ MINDER LANG AANEENGESLOTEN ZITTEN

beste is twee keer per week. Als werknemers geen tijd hebben (of dat in ieder geval denken) om te gaan sporten en ze ook die 10 tot 20 minuten wandelen niet zien zitten, dan is het goed om toch die kleine beweegmomentjes te stimuleren. Bijvoorbeeld een paar keer per dag een klein blokje om van 5 minuten. Maar wat dacht je van zelf de koffie of thee halen, het kopieerapparaat op de andere afdeling gebruiken, enz. Men onderbreekt hiermee het zitten, maar verbruikt in die 5 minuten ook overmatig aanwezige suikers die in ons lijf circuleren, die anders omgezet zou worden tot vetten met alle risico's van dien. Stimuleer de werknemers dus gerust om een paar keer per dag die 5 minuten te pakken. Een goed advies zou zijn: als men mobiel gaat bellen zelf ook mobiel gaan, even de benen strekken dus. Onderweg naar het werk kan ook meer bewogen worden, als men moet wachten op de trein en de auto wat verder van de ingang zetten.

www.hoedoejedat.nu
www.leefstijlclub.nl

The Golden Circle



DIT IS JE KOMPAS OP WEG NAAR PERSOONLIJK EN ZAKELIJK SUCCES

Misschien ken je het van verschillende radio- en muziekprogramma's: de gouwe ouwe. Oftewel, dat ene liedje dat vroeger een hit was en het nu nog steeds goed doet. Queen, Michael Jackson, Madonna, Wham, U2, Phil Collins...Zomaar een greep uit het enorme aanbod van artiesten die vele gouwe ouwes op hun naam hebben staan.

Vandaag wil ik een gouwe ouwe uit de managementliteratuur met je delen die jou op weg helpt naar (meer) persoonlijk en zakelijk succes. Het is dus geen liedje maar een krachtig businessmodel. En het heeft al voor talloze bedrijven het verschil gemaakt tussen bloedrode cijfers met een onvermijdelijk faillissement en zwarte cijfers met een gouden toekomst. Juist nu, tijdens de coronapandemie, is het dé innovatiever-snellere bij uitstek.

*"I can feel it coming in the air tonight, oh lord...
And I've been waiting for this moment, for all my life, oh lord..."*

Phil Collins zingt over het wachten op dat ene moment, maar jij kunt als manager of ondernemer nú zelf in actie komen om je bedrijf die broodnodige impuls te geven.

En de Golden Circle van Simon Sinek is daarvoor een prachtig model. Eenvoudig, inspirerend en effectief. Simon Sinek (London, 9 oktober 1973) zou je de Bono uit managementland kunnen noemen. Net als de vermaarde zanger van rockband U2 draagt hij een hippe bril en hij is extreem succesvol geworden in zijn vak. Dat is niet zo vreemd, want hij slaagt er al vele jaren in om ingewikkelde managementkwes-ties terug te brengen tot de eenvoudige kern die iedereen begrijpt. En dat op een manier die inspireert, plezier geeft en mensen in beweging brengt.

Sinek ontdekte dat de succesvolste bedrijven op ten minste één onderdeel sterk verschillen van alle anderen. Ze doen één ding anders dan de rest. Zij beginnen, in alles wat ze zeggen en doen, bij hun missie. Deze bedrijven geloven echt ergens in en vertellen het persoonlijke verhaal dat daarbij hoort. Pas in tweede of derde instantie vertellen ze wat ze maken of doen voor hun klanten. Een groot verschil met de meeste andere bedrijven, die de energie vooral steken in het overtuigen van (potentiële) klanten op basis van wát ze produceren.

"People don't buy what you sell, but why you sell it."

Aldus Simon Sinek. En daar zit 'm de crux. Als je als bedrijf vertelt waarom je doet wat

je doet, waar je in gelooft en wat jouw bijdrage is aan een betere wereld, ben je makkelijker in staat om mensen te beïnvloeden op een onbewust niveau. Dat komt omdat daarmee emoties worden opgeroepen.

Als je daarentegen vooral probeert om uit te leggen wat jouw product of dienst is en hoe het werkt, dan ben je bezig op een meer rationeel niveau waarbij er over het algemeen weinig emotie komt kijken. Hiermee is het veel moeilijker om een potentiële klant te overtuigen.

OVER DE AUTEUR

Gian Kerstges is schrijver, trainer en coach. Hij laat leidinggevenden ontdekken hoe ze innovatie op gang brengen en hun team laten groeien, zonder dat ze het daarbij zelf nog 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.

Dat komt omdat ons onderbewuste de grote beslisser is bij de keuzes die we in het leven maken. We denken dat we verstandige, rationeel ingestelde wezens zijn. Maar ondertussen is het dat krachtige onderbewuste deel van onze hersenen dat heel bepalend is. Dit zogenaamde 'oerbrein' is namelijk erg gevoelig voor beelden en emoties.

Met andere woorden: als je daar als ondernemer slim op inspeelt en vooral communiceert in beelden en persoonlijke verhalen, dan roep je emoties op bij je potentiële klanten. Je communiceert dan rechtstreeks met hun onderbewuste en bent in staat om hun keuzes te beïnvloeden.

Sinek heeft hiervoor een eenvoudig model ontwikkeld dat hij dus de Golden Circle noemt.

Waar de meeste bedrijven beginnen bij het WHAT (visie) en het HOW (strategie)

beginnen de succesvolste bedrijven altijd bij het WHY (missie).

Het mooie is nu dat het toepassen van de Golden Circle niet alleen helpt om mensen te overtuigen om voor jou te kiezen. Het model kun je namelijk ook gebruiken als een kompas of stuurwiel. Als je als bedrijf, bijvoorbeeld in deze coronapandemie, de koers moet bijstellen dan is de Golden Circle daarvoor bij uitstek geschikt.

Vraag je om te beginnen dus altijd af:

Waar geloven wij in?
Waarom bestaat ons bedrijf?
Waar staan wij voor?

Een bedrijf zoals Disney heeft, door elke dag heel dicht bij haar missie te blijven, een tijdloze status verworven.

'Make people happy.'

Drie woorden die tot in het allerkleinste detail richting geven aan alles wat het management en de medewerkers van Disney doen. Van de films en animaties op televisie tot de attracties, parades en shows in de gelijknamige pretparken over de hele wereld.

Ik kan me de gezichten van onze twee dochters nog levendig herinneren, toen we als gezin jaren geleden ons eerste bezoek brachten aan Disneyland Parijs. Nadat we bijna een uur in de rij hadden gestaan was het moment daar: ze mochten op de foto met één van hun grote heldinnen van het witte doek. Sneeuwwitje. Resultaat: een glimlach van oor tot oor die er de rest van de dag niet meer vanaf is gegaan. Mede ook dankzij de unieke sfeer die in het hele park gecreëerd werd. Je voelde aan alles dat de missie van het bedrijf levend gehouden werd. Overal 'happy people'. Het enige waar ik destijds wat minder 'happy' van werd was de entreeprijs...

Maar zo zie je maar weer: zelfs dát accepteren veel klanten als je de mooie woorden van je missie waar weet te maken.



PODCAST



VIDEOCAMPAGNE



M

MARKETING EN COMMUNICATIE IN 2022

DRIE MANIEREN OM JE CONTENT TE PROFESSIONALISEREN MET EEN STUDIO

Wil je volgend jaar je marketing- en (interne) communicatiestrategie naar een hoger plan tillen? Dan moet je je doelgroep aan je binden met de juiste content in het juiste format. Wil je video een sleutelrol geven in jouw marketingstrategie? Of bouwen aan een connectie met je doelgroep met een podcast? Met de toenemende populariteit van on-demand content is een opnamestudio een uitkomst. Zowel voor je interne als externe communicatie. In dit artikel delen we drie manieren waarop het inzetten van een studio bijdraagt aan het behalen van je marketing- en communicatiedoelen in 2022.

SNELLER JE BOODSCHAP OVERBRENGEN MET VIDEO

Video mag niet ontbreken in je marketing- en communicatiestrategie. Voor bedrijven is het een sterke contentvorm om je doelgroep te bereiken. Het is

persoonlijk, snel en effectief. Met het inzetten van videocontent in je externe communicatie creëer je meer exposure, maar ook voor je interne communicatie is het een ideaal communicatiemiddel. Denk aan online trainingen, e-learning trajecten en het delen



MEETINGS

van je bedrijfsstrategie en visie met je organisatie.

Met een studio zorg je voor maximale impact bij het opnemen van video's, omdat de mogelijkheden eindeloos zijn. Zo kan je hoogwaardige visuele designs inzetten, wisselen tussen verschillende settings en interactie genereren door live chats, polls en Q&A's. Met een studio heb je de vrijheid te kiezen voor een live online training via livestream of het opnemen van verschillende video-modules, voor on-demand learning.

Een aantal voordelen van het inzetten van video voor je interne communicatie:

- Een video hoef je slechts één keer te creëren, maar is breed en veelvuldig inzetbaar.
- Informatie gedeeld via video wordt snel opgeslagen. Met een videotraining kunnen medewerkers zichzelf opleiden in hun eigen tempo.
- Je bespaart tijd aan het inwerken van nieuwe collega's en het communiceren van veranderingen binnen je bedrijf.

PODCASTS ZORGEN VOOR VERBINDING

Podcasts worden steeds groter en wij begrijpen waarom. Het is krachtig marketingmiddel, omdat het makkelijk en toegankelijk

is. Voor bedrijven is een podcast als onderdeel van je marketing- en communicatiestrategie een effectieve manier om dichterbij je doelgroep te komen. Dat niet alleen, je kunt ook het bereik van je merk uitbreiden naar een nieuwe doelgroep. Het mooie van podcasts is dat ze feilloos inspelen op onze behoefte aan on-demand content. Dat opent veel mogelijkheden voor nieuwe tijdstippen waarop je doelgroep in aanraking kan komen met je merk.

Met een podcast heb je de volle aandacht van je publiek en kun je razendsnel een relatie opbouwen door waardevolle content te delen. Een podcast geeft je daarnaast een platform om jezelf neer te zetten als autoriteit binnen je vakgebied. Wanneer luisteraars in aanraking komen met het onderwerp van jouw podcast, zullen ze onmiddellijk aan jouw bedrijf denken.

Naast een sterk concept en goede storytelling wordt de kracht van je podcast bepaald door de audiokwaliteit. Wil je jezelf verzekeren van een professionele podcast-opname? Neem je verhaal dan op in een studio met de beste beeld- en geluidskwaliteit. Een pluspunt van opnemen in een studio, is dat je tegelijkertijd een video-opname kunt maken, waarvan je na afloop makkelijk verschillende korte video's maken. Die video's kun je weer inzetten voor je online marketing.

PROFESSIONALISERING VAN JE (ONLINE) MEETINGS

Meetings zijn een belangrijk onderdeel van je communicatiestrategie. Wil je een ALV, kwartaalmeeting, of zelfs een teambuildingmeeting organiseren waar mensen naar uitkijken? Dan kun je in 2022 niet meer settelen voor een video-meeting met slechte beeldverbinding,

Het Sprekershuys denkt graag met je mee over het inzetten van een studio voor jouw marketing- en communicatiestrategie. Neem contact met ons op via 030 304 00 25 of mail naar info@sprekershuys.nl om de mogelijkheden te bespreken.

vastlopende presentaties en haperende audio. Om een waardevolle ervaring neer te zetten, heb je een professionele studio nodig voorzien van tv-schermen, camera's, licht en geluid. Een studio als vergaderlocatie geeft een extra dynamiek en is eenvoudig te transformeren tot een setting passend bij je branding. Naast het overbrengen van je boodschap, is het van belang dat deelnemers energie krijgen door de meeting. Met interactieve software kun je korte sessies inbouwen waarin met vragen kan stellen en er interactie ontstaat tussen de deelnemers. Naast het live streamen van je vergadering, kun je de gehele uitzending digitaal opslaan om na afloop binnen je organisatie te verspreiden. Zo blijft het niet bij een eenmalig contactmoment.

VERHOOG JE KWALITEIT MET EEN STUDIO

Je publiek en je medewerkers vormen de kern van je marketing- en communicatiestrategie. Met jouw inspanningen wil je diepere connecties maken met je doelgroep en de mensen binnen je organisatie. Er zijn verschillende communicatiemiddelen die hier een wezenlijke bijdrage aan leveren, zoals video, podcasts en meetings. Gebruik maken van een opnamestudio is een eenvoudige manier om in 2022 de kwaliteit en professionaliteit van je marketing- en communicatie-uitingen te verbeteren. Door het opnemen van je boodschap kun je deze vaker verspreiden en de impact van je verhaal vergroten. Een studio heeft alle techniek in huis om je hierbij te helpen.



WEL OF NIET WERKEN MET RETURN ON INVESTMENT VOOR JOUW EVENT?

Wat geeft een organisatie uit aan een zakelijk evenement? Vaak duizenden euro's. Dan wil je graag weten wat het resultaat was, toch? Wat stop je er in en wat komt er uit? Kortom: Return On Investment (ROI) of specifiek nog, Return On Event (ROE). Maar hoe bereken je het precies en wat kun je met de uitkomst? Je leest het in dit artikel!

HOE BEREKEN JE HET?

Puur wiskundig gezien kun je de ROI van jouw event als volgt berekenen:

$$\text{ROI} = (\text{gecreëerde waarde} - \text{gemaakte kosten}) / (\text{gemaakte kosten} / 100)$$

De eerste en belangrijkste stap is het formuleren van die waarde. In de meeste gevallen is het monetaire waarde; geld. Dus omzet of winst. Maar het hoeft natuurlijk niet altijd om keiharde euro's te draaien. Soms wil je jouw doelgroep simpelweg bereiken met het event of de medewerkerstevredenheid vergroten. Maar wat levert dat bereik jouw organisatie op? En die tevreden medewerker? Probeer daar ook een monetaire waarde aan te koppelen zodat je de formule kunt invullen. Oh en de gemaakte kosten van het event kun je zo uit je eventbegroting of -budget oplepelen natuurlijk. Dus dan ben je er eigenlijk al!

VOORBEELDCASE

Om het te verduidelijken, laten we een voorbeeldcase zien. Denise heeft een tekstbureau en organiseert eens per maand een laagdrempelige workshop commercieel schrijven voor startende ondernemers. De kosten voor deze workshop bedragen €20,- per deelnemer voor een presentatie van een uur en een stappenplan in de vorm van een werkboek. Na bijwonen van deze workshop kunnen de deelnemers in principe zelf aan de slag met teksten schrijven.

De waarde van een betalende klant is voor Denise €500,-. Na afloop van het event houdt zij er drie betalende klanten aan over. De waarde die zij gecreëerd heeft is 3 x €500,- dus €1.500,- in totaal. De kosten die zij heeft gemaakt voor deze workshop zijn €100 aan materialen, €100 aan catering en €200 aan zaalhuur.

De ROI is als volgt:

$$\text{ROI} = (\text{€1500} - \text{€400}) / (\text{€400} / 100)$$

$$\text{ROI} = 275\%$$

WAT KUN JE MET DE UITKOMST?

Die 275% zelf zegt natuurlijk niet zoveel. Dus waarom is het eigenlijk interessant om te weten wat de ROI van een event is? Simpel: je wilt graag een waardevol

evenement organiseren met een zo hoog mogelijk rendement. Door dit van tevoren inzichtelijk te maken kun je hierop aansturen. Het is natuurlijk super interessant om een vorm te vinden waarin je de kosten zo laag mogelijk houdt en alsnog zoveel mogelijk waarde creëert.

Maar ook andersom; stel dat de kosten hoog liggen en het verwachte rendement laag ligt, wil je deze investering dan wel doen? En wat ook interessant is; wat is de ROI van dit event in vergelijking met andere marketingmiddelen zoals advertising? Dus welke middelen of combinatie van middelen kun je het beste inzetten om waarde te creëren?

TWEE LAATSTE TIPS

Isoleer het event!

Zorg dat het effect van het event zo goed mogelijk meetbaar is. Wat we daarmee bedoelen? Als je naast het evenement ook nog een grootschalige online marketing campagne inzet met hetzelfde doel, kun je moeilijker meten wat het effect is van het event. Probeer het event echt te isoleren of zie het event en de online campagne als een geheel en meet het effect van beide.

WERK MET EEN CONTROLEGROEP

Nodig een deel van je doelgroep niet uit om te meten in hoeverre hun aankoopgedrag verschilt ten opzichte van de doelgroep die het evenement heeft bezocht. Op die manier kun je gemakkelijk de verschillen in bijvoorbeeld aankoopgedrag of tevredenheid tussen beide groepen meten.

We hopen dat dit helpt en je zo nog meer waarde kunt creëren voor jezelf en je doelgroep!

Samira Salman en Melanie Westdijk zijn de oprichters van de Event Planner Academy. Via dit platform blijven organisatoren van zakelijke evenementen up-to-date van alle ontwikkelingen in de branche, kunnen zij werken aan hun skills en hun netwerk en innovatiekracht vergroten voor die succesvolle offline, online of hybride events. Kijk voor meer informatie op eventplanneracademy.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 inwerkijd
- ✓ Geen naspoeling nodig en milieuvriendelijk

Wilt u meer informatie of direct bestellen?



+31 (0)183 - 62 17 99

WWW.TEVAN.COM

DE KERSTLEVERANCIER VAN WERKEND NEDERLAND

EEN BETOVERENDE KERST OP KANTOOR?
www.mooistetijdvanhetjaar.nl

ambius

A.L.P. Opleidingen BV



Volledig ontzorgen van logistieke opleidingen

Code95 | Heftruck | BHV | VCA
Kijk voor al de opleidingen op onze website

Flevolaan 15, Weesp | Erasmusweg 15, Culemborg
www.alpopleidingen.nl

VAN MUNSTER MEDIA FACTORY

marketing- en communicatiemakers

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

vmmf.nl

100% ELEKTRISCH

ERVAAR HET ZELF BIJ **DE WAAL AUTOGROEP**



Volkswagen ID.4

Rijklar vanaf

€ 39.190

ŠKODA ENYAQ

Rijklar vanaf

€ 42.180

Audi Q4 e-tron

Rijklar vanaf

€ 48.155

KOM LANGS EN ERVAAR ELEKTRISCH RIJDEN!