

RIVIERENLAND

www.rivierenlandbusiness.nl | Jaargang 34 | nummer 4 | Oktober 2023

BUSINESS

ONDERNEMERSPLATFORM VOOR DE REGIO RIVIERENLAND



CLUB RODENBURG
EEN PLEK WAAR IEDEREEN ZICH THUIS VOELT

**VIJF REDENEN OM OVER TE STAPPEN OP
ELEKTRISCH RIJDEN**

'GREENWASHING IS IN FEITE EEN VORM VAN FRAUDE'

Woud van Licht

Magisch bedrijfsfeest voor de winter

In het donker zie je meer... als je durft. Open je ogen en laat je betoveren door de duisternis, want daar gebeurt het. Stap uit het alledaagse en ontdek een verborgen wereld. Het woud zal je zintuigen op scherp zetten. Geniet van alles wat het Woud te bieden heeft, dans op het betoverende ritme van de nacht en laat het Noorderlicht je in extase brengen. Dit is een geheim dat je met je collega's voor altijd zal delen. Maar, wees op tijd! Voor je het weet, neemt de duisternis het weer over.



All-in vanaf

99,-
p.p.

November 2023 – Februari 2024



GROENE WOORDEN, VUILE DADEN

Klimaatneutraal, vegan, duurzaam, eerlijk geproduceerd... Wie trapt er niet in de mooie praatjes van reclamemakers en gaat wel eens overstag door één van deze termen die in de reclame-uitingen genoemd wordt? Wanneer een product één procent aan natuurlijke ingrediënten bevat, dan kan het al 'natuurlijk' genoemd worden. Iets waar veel fabrikanten grof misbruik van maken. Een grote modeketen die een duurzame lijn produceert, maar wel hun 'fast fashion' in Bangladesh laat maken. Of wat te denken van grijze energie die als groen verkocht wordt? Maar ook vegan merken die absoluut niet dierproef-vrij zijn, maken zich er schuldig aan. We worden allemaal massaal voor de gek gehouden.

Veel bedrijven en reclamemakers hebben geen problemen met jokken en de waarheid verdraaien. In reclame en marketing doen ze zich groener voor dan ze zijn (greenwashing) of ze wekken de schijn van sociale impact (purposewashing). De laatste jaren gebruiken ondernemingen in hun reclameboodschappen steeds vaker het milieu om de consument te overtuigen. Milieuclaims zijn intussen een machtig marketinginstrument geworden. Maar helaas kloppen niet al die claims.

De komende jaren worden steeds meer grote bedrijven verplicht om in hun jaarverslag naast financiële informatie ook een duurzaamheidsverslag op te nemen. Om te voorkomen dat bedrijven zich op het gebied van duurzaamheid in deze jaarverslagen beter of slechter voordoen dan dat zij daadwerkelijk presteren, heeft de Europese Unie de normen en regels voor deze duurzaamheidsverslaglegging vastgelegd in de Corporate Sustainability Reporting Directive. Ook het mkb zal hiermee aan de slag moeten. Op welke manier, daar lees je alles over in deze editie van Rivierenland Business.

Corporate Sustainability Reporting Directive klinkt misschien best ingewikkeld. Maar waar het denk ik vooral op neerkomt, is dat je als ondernemer eerlijk bent over wat ertoe doet. Misleiding is geen marketing en je bent juist onderscheidend als je focust op waar het jou en jouw bedrijf echt om gaat!

Met vriendelijke groet,

Jessica Scheffer
Hoofdredacteur Rivierenland Business



- 6 Club Rodenburg: Een plek waar iedereen zich thuis voelt
- 10 Business Refresh
- 12 Column Goud & Kobalt
- 13 Jetset
- 14 Aspect ICT: Vier decennia aan toekomstvisie en doelgerichte oplossingen
- 17 Literatuur
- 19 Batouwe Boomkwekerijen stimuleert medewerkers met bijzondere achtergrond
- 20 Greenwashing is in feite een vorm van fraude'
- 27 Vijf redenen om dit jaar al over te stappen op elektrisch rijden



van
munster
media
publishers

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

JAARGANG 34
Oktober 2023, 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
Ton van Zoest, Jan-Willem Bouwman,
Joost Franken

COVERFOTO
Corine Strausz, Stemming in Balans
Fotografie: Anna Kok, BEAUSOCIAL

FOTOGRAFIE
Joost Franken, Aart van der Haagen, Anna Kok

DRUK
Balmedia

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
Van Munster Media B.V.
Imke Emons
t: 024 - 350 3240
Marie-Louise van Heeckeren
t: 024 - 373 8505

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.

© 2023 Overname van artikelen is slechts mogelijk na verkregen schriftelijke toestemming van de uitgever.



- 28 Koninklijke Jaarbeurs: Voor elk event een passende zaal
- 30 VNO-NCW Midden: Krachtig regionaal netwerk voor écht ondernemerschap
- 31 Column internationaal verzekeren
- 35 Column Pension@Work
- 37 Business Empowerment tijdens bijeenkomst Dameszaken
- 38 Wooijse Hof: Unieke vergaderbeleving in landelijke omgeving
- 40 VMMF: One-stop contentfabriek
- 42 Column BewustZoo



Janice Bronk en Remke Jellema hebben veel ambities voor de toekomst.

CLUB RODENBURG WEER OPEN VOOR EVENEMENTEN

EEN PLEK WAAR IEDEREEN ZICH THUIS VOELT

Na bijna vijf jaar vol tegenslagen is Club Rodenburg in Beesd sinds kort eindelijk weer open. Pandeigenaar Janice Bronk en leidinggevende Remke Jellema zitten boordevol plannen en ambities, ook voor de zakelijke markt. "Wij willen een plek bieden waar iedereen zich thuis voelt."

Pas veertien was Janice toen ze voor het eerst kwam werken bij Club Rodenburg en sindsdien is ze er nooit meer weggegaan. "Ik begon bij de garderobe en daarna volgde al snel de kassa en de bar, eigenlijk heb ik op alle plekken hier gewerkt", lacht ze. "Ook tijdens mijn studie bleef ik gewoon hier werken en toen ik eenmaal een baan had als accountant deed ik een tijdlang de boekhouding van deze club."

Ondertussen was haar broer John, die ook al van jongs af aan in de club werkte, opgeklommen tot bedrijfsleider. Toen hij hoorde dat de toenmalige eigenaar Theo van Roden wilde stoppen, hoefde hij niet lang na te denken. Zijn hart lag immers bij Club Rodenburg. "Terwijl wij met Theo in gesprek waren, zei mijn broer ineens: 'Per 1 januari 2013 gaan Janice en ik het overnemen'. Ik wist van niets en bedacht me dat een beetje overleg toch wel fijn was geweest. Ik had op dat moment namelijk een verantwoordelijke baan als accountant, waarbij ik projecten bij bibliotheken leidde. In de auto onderweg naar huis dacht ik plotseling: Waarom ook niet? Hoeveel mensen van in de tachtig kijken uit het raam terwijl ze denken 'had ik maar dit of dat gedaan?' We besloten de gok te wagen."

BEKENDHEID

Er volgde een paar goede jaren, waarbij Club Rodenburg tot in de wijde omtrek bekendheid genoot. "We organiseerden feesten waar mensen uit alle delen van het land op afkwamen", vertelt Janice. "Als ik ergens op vakantie was en vertelde waar ik vandaan kwam, werd er gezegd: 'Dat is toch waar Club Rodenburg zit?'" Eind 2018 gebeurde wat niemand voor mogelijk had kunnen houden. "In die periode werd er door ondercovertanten een pilletje ontdekt", blikt Janice terug. "De burgemeester van West Betuwe was meedogenloos. De drank- en horecaverunning werd direct ingetrokken. De burgemeester besloot de vergunning zelfs voor vijf jaar in te trekken. Een ongelooflijk zware maatregel. Er

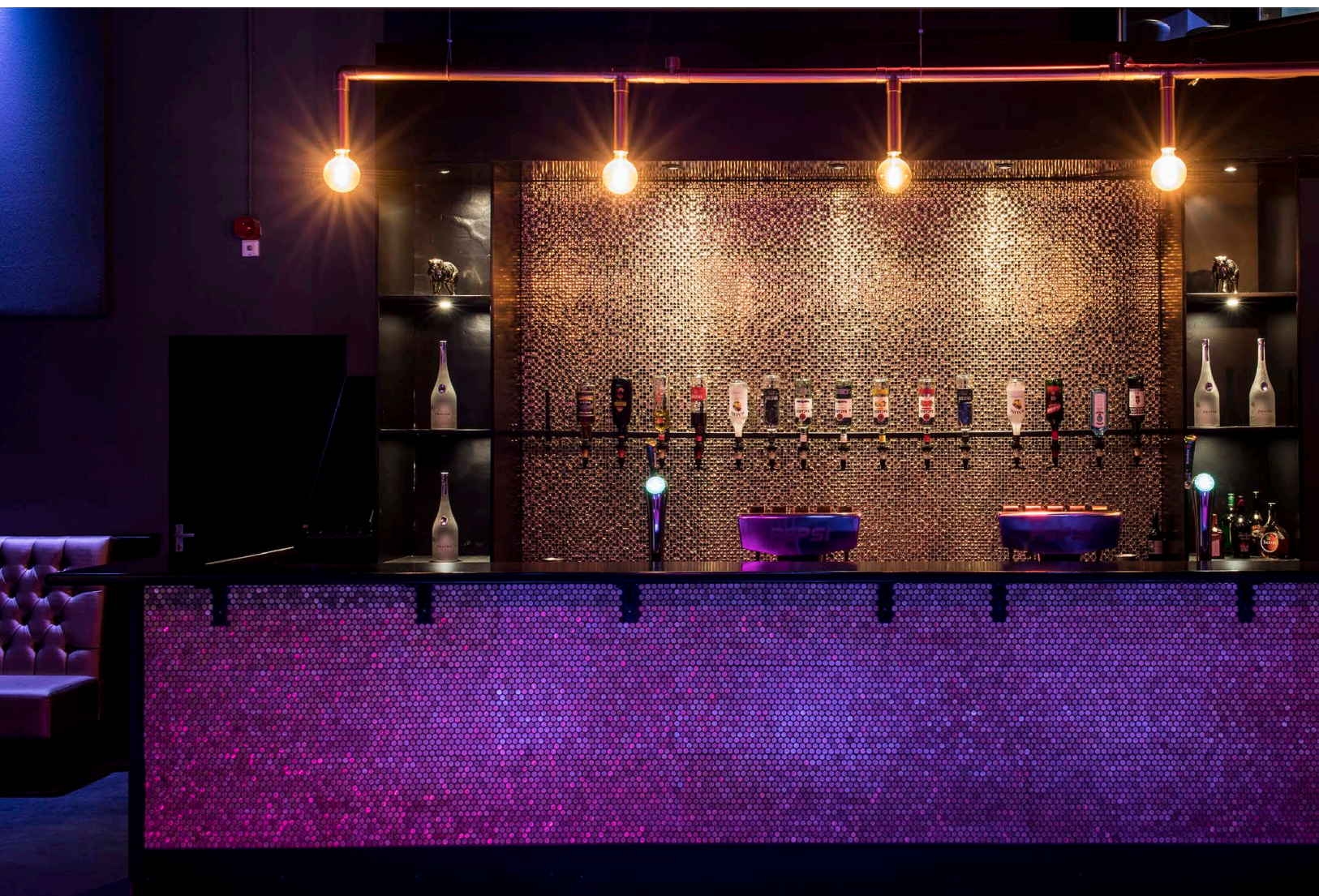
volgden jaren van juridische strijd. Als je bedenkt dat het zelfs lukt om in een gevangenis drugs te krijgen, hoe kunnen wij dan alles tegenhouden? Iets daarvoor waren we door de rechter nota bene op de vingers getikt omdat we te streng zouden fouilleren. Dit had voor ons enorm grote gevolgen, zowel zakelijk als privé."

GROEN LICHT

Remke en Janice geven aan deze periode graag achter zich te laten en juist naar de toekomst te willen kijken. "Nu we weer groen licht hebben, zetten we alle zeilen bij om ons bedrijf opnieuw op de kaart te zetten", benadrukt Remke. "Ons eerste feest sinds de sluiting, Party Peepz, en het feest dat die week erna plaats vond, Froetyloops, waren heel snel uitverkocht en dat gaf ons weer goede moed. Voor wat betreft feesten zijn wij gelukkig dus niet buiten beeld geraakt, maar we willen ook laten zien wat we in huis hebben voor de zakelijke markt. Mensen verwachten niet snel dat een club ook de zakelijke markt kan bedienen, maar wij bewijzen het tegendeel!"

ZAKELIJKE BIJEENKOMSTEN

Club Rodenburg heeft vier zalen, waar de mogelijkheden volgens Remke eindeloos zijn. "Je kunt het zo gek niet benoemen of wij kunnen het regelen. Ons personeel dat vaak al jaren hier werkt, weet wat er van ze verwacht wordt en we hebben alles in eigen beheer tot de keuken en de parkeerplaats toe. Ik durf met een gerust hart te zeggen dat wij als locatie het beste geluid van Nederland hebben. Ook heeft elke zaal eigen verwarming, airco, beamers enzovoort. Bovendien zijn wij vele malen goedkoper dan andere grote locaties in het land. Niets is ons te gek. We hebben hier zelfs een auto-dealer gehad die complete auto's naar binnenreed. Ook productpresentaties kunnen hier uitstekend plaatsvinden. Zo was er een tijdje terug een Italiaanse fabrikant van meubels die hier vier dagen lang meubels neerzette



voor de inkopers. Op een beurs in een groot beursgebouw komt maar tien procent voor jou. Hier komt iedereen gericht." Ook voor vergaderingen en bedrijfsfeesten kun je terecht bij Club Rodenburg. "Denk aan een vergadering van tien personen, maar ook voor een bedrijfsfeest voor duizend man draaien we onze hand niet om. Hoe fijn is het dat je hier eerst kunt vergaderen en daarna in de grote zaal een feest kunt geven? Wij kunnen hierbij alles uit handen nemen van het vervoer tot het regelen van een deejay en noem maar op. Maar we komen ook op locatie. Wij zien niets als een probleem, maar juist alles als een uitdaging!"

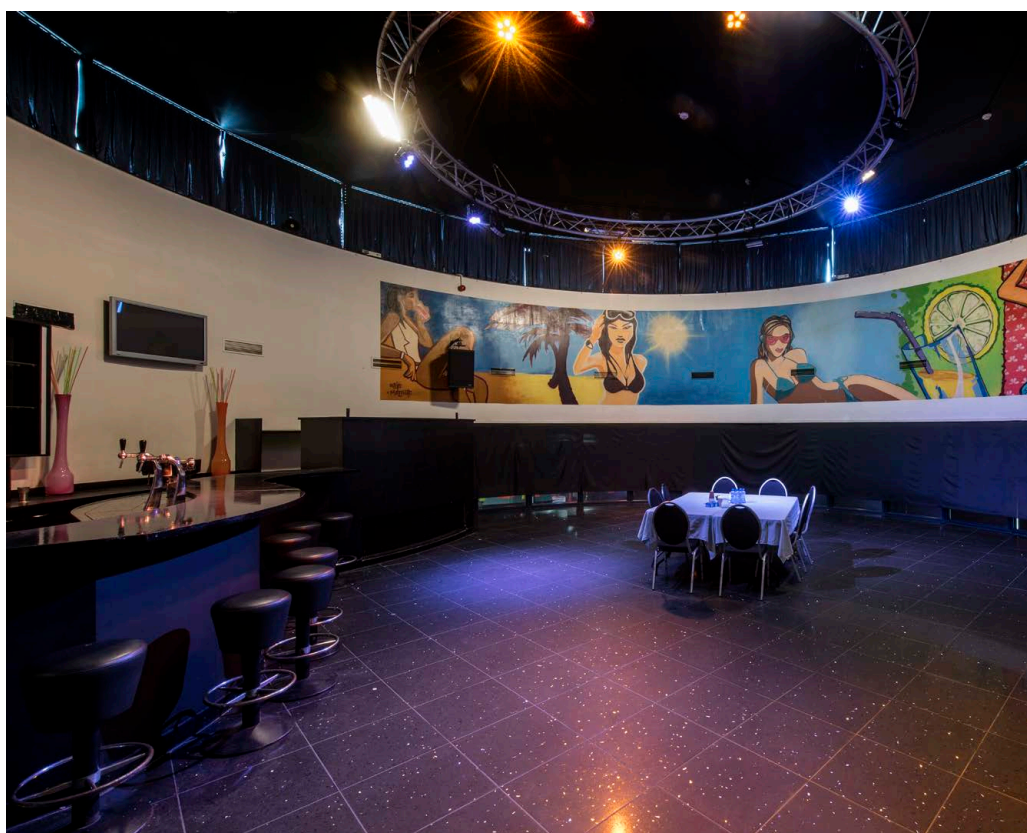
LOKAAL

Club Rodenburg zoekt bij het organiseren van bijeenkomsten en evenementen graag de samenwerking met lokale ondernemers. "Wanneer we naar de catering kijken, komt alles hier uit de buurt", legt Janice uit. "Wij hechten er veel waarde aan dat middenstanders elkaar helpen. Het vlees komt van de lokale keurslager of wanneer de klant lamsvlees wil, kiezen we voor Polderlam uit Zuilichem. Groenten en fruit komen van de plaatselijke groenteboer. Niets van het eten wat we hier voor-schotelen, komt van de groothandel. Als ik zelf ergens naartoe ga, wil ik dat het eten goed is. Dat willen we ook voor onze gasten."

Ook wanneer gasten blijven overnachten, wordt er gekozen voor lokale ondernemers. "Wij werken veel samen met lokale bed & breakfasts en hebben een speciale regeling met Van der Valk. Eigenlijk zijn we van alle markten thuis."

AMBITIES

Janice en Remke hebben heel veel ambities voor de toekomst, waarbij zij graag willen laten zien dat je in Nederland ook een club kunt runnen op een eerlijke en legale manier. "De meeste eigenaren van clubs staan met een grote fles champagne op het podium om te laten zien wie ze zijn", aldus Janice. "Wij rijden nog steeds normale auto's



en als het heel druk is, springen wij waar nodig bij. Ook als er een overstroming bij de toiletten is, trek ik mijn laarzen en handschoenen aan om te helpen. Mijn kinderen staan in de weekenden bij de garderobe en mijn tachtigjarige vader helpt graag met het sorteren van de flessen. Kortom, wij hebben hier een echte 'hands on' mentaliteit." Janice en Remke willen van Club Rodenburg een plek maken waar jong en oud zich kan vermaken, zowel particulier als zakelijk. "Daar werken we met het hele team keihard voor", benadrukt Janice. "Als ik 's avonds op de werkvloer sta en al die blije gezichten zie dan denk ik: Ja, hier doe ik het voor!"

www.clubrodenburg.nl



Corine bij binnenkomst.

Voor.



10

BUSINESS REFRESH

CORINE STRAUZ VAN STEMMING IN BALANS

In de tweede editie van deze rubriek, waarin een ondernemer uit Rivierenland een nieuwe look krijgt aangemeten, wordt Corine Strausz (eigenaresse van Stemming in Balans) gekleed door de adviseuses van Annette Mode uit Druten.

Corine vertelt dat ze met haar bedrijf Stemming in Balans niet doet aan symptoombestrijding, maar samen met de cliënt het probleem bij de bron aanpakt. "Het doel is om mensen met stemmingswisselingen bewuster te maken van hun stemmingswisselingen, zodat zij meer eigen regie kunnen nemen over hun leven", aldus Corine. Met haar kleding probeert ze uit te stralen waar zij voor staat. "Ik wil gaag humor, zelfverzekerdheid en deskundigheid uitstralen, maar

het allerbelangrijkst vind ik toch wel dat ik als mezelf overkom in de kleding die ik draag." Hoewel Corine aangeeft het soms best lastig te vinden om mooie sets in de winkels te vinden, hebben de adviseuses van Annette Mode al snel drie mooie outfits voor haar weten samen te stellen. "Het was eigenlijk helemaal niet zo'n moeilijke klus, omdat Corine heel veel staat", zegt Liesbeth Bruisten, eigenaresse van Annette Mode, enthousiast.

Als eerste hebben de adviseuses van Annette Mode gekozen voor een felrood pak van Janice. "We hebben bij het rode pak juist voor cyclaamkleurige accenten gekozen", vertelt Liesbeth. "Hiermee geef je kracht aan het geheel. Corine straalt echt in deze outfit. De blazer is oversized en de broek heeft een mooie gladde stof. Hiermee kun je zo kreukvrij uit de auto stappen bij je afspraak. Een goed advies is dus om op de stof te letten wanneer je een zakelijke outfit aanschaft. Kom je in kleding vol kreukels bij de klant aan, dan sta je al 1-0 achter." "Ik zou dit pak niet zo heel snel zelf uitgekozen hebben, maar nu ik het eenmaal aanheb vind ik het echt gaaf!", aldus Corine. "Ik hou van de felle kleur en het materiaal; het past gewoon bij mij."



De tweede outfit bestaat uit een lime-kleurige jurk en bijpassend vest van Xandres. Hieronder draagt Corine lange zwarte laarzen van Schoenmode Verploegen uit Druten. "Wanneer het wat kouder wordt is het fijn om jezelf te kleden met laagjes, waardoor je het nooit te warm of te koud hebt", legt Liesbeth uit. "De stof van deze jurk bestaat uit katoen en microvezel en draagt daardoor heel prettig. Wij werken hier graag met kleur, omdat mensen er echt van opknappen. De jurk kun je overigens ook heel leuk dragen met een ceintuur." "De jurk zit heel fijn, maar toch zou ik deze niet snel zelf aanschaffen", zegt Corine. "Het geheel oogt een beetje collosaal en ik vind het prettiger als iets mooi afkleedt."

'DEZE OUTFIT PAST HELEMAAL BIJ MIJ'

De derde outfit betreft een groene jurk met cyclaamkleurig vest van Joseph Ribkoff. "Deze kleding haalt het beste in Corine naar boven", zegt Liesbeth enthousiast. "Ze past zo helemaal in het modebeeld van het najaar, waarin veel frisse kleuren als paars en cyclaam gecombineerd mogen worden. Het vest is van een heerlijke fluffy stof, waardoor het heel comfortabel zit. De cache-coeur sluiting zorgt voor een mooi accent en de kleine schoudevullingen zorgen voor een rechtere houding." "Deze outfit past helemaal bij mij", lacht Corine. "Het zit ontzettend lekker en ik hou heel erg van wat fellere kleuren! Van alle sets die ik aangehad heb, steekt deze er wat mij betreft met kop en schouders bovenuit!"

OOK MEEDOEN?

Wil je ook een keer meedoen aan Business Refresh als model? Of wil jouw product/kleding promoten middels deze rubriek? Mail dan naar imke@vanmunstermedia.nl

BUSINESS REFRESH WERD MEDE MOGELIJK GEMAAKT DOOR:

Kleding: Annette Mode, Druten
www.annettemode.nl

Schoenen: Schoenmode Verploegen, Druten
www.schoenmodeverploegen.nl

Fotograaf: Anna Kok, BEAU SOCIAL
Instagram: @beausocial

Model: Corine Strausz
www.stemminginbalans.nl





Jamie
www.goudenkobalt.nl

KLANTEN KWIJTRAKEN OF MISLOPEN? ZO DOE JE DAT!

Na een lange dag werken trok ik onze kantoordeur achter me dicht en stapte de auto in. Even ontspannen naar huis rijden en opladen met nieuwe energie die ik thuis nodig heb als mama van 2 jonge kids. Maar mijn hoofd kan niet loslaten. Ik ben altijd alert, vooral onderweg. Tijdens de 35 minuten durende rit word ik, net als iedereen, omringd door reclame. Meestal vind ik dit leuk, behalve wanneer ik slechte billboards zie. Zoals die ene die ik vandaag tegenkwam. Het was van een serieuze zakelijke dienstverlener met een ondoordachte en lollige zomeractie. Ik zal het merk maar niet noemen. Mega oppervlakkig en goedkoop, helemaal niet passend bij hun imago. Hier was niet over nagedacht. Doodzonde! Want hier kunnen ze alles mee verpesten. Ik leg het uit.

Mensen hebben we de neiging informatie te categoriseren om overzicht te behouden. Vooral met de hoeveelheid waarmee we dagelijks worden overspoeld, waaronder reclame-uitingen. We plaatsen alles in ons onderbewustzijn in een zogenoemd hokje om te begrijpen waar iets voor staat en wat we ervan vinden. Poeh, lekker ingewikkeld zeg. I hear you. Laat ik een superheld als voorbeeld nemen. Als ik je vraag aan een superheld te denken, komen waarschijnlijk woorden als 'heldhaftig', 'stoer' en 'zelfverzekerd' naar boven. Vrijwel iedereen zal vergelijkbare antwoorden geven. Waar ook ter wereld. Dit komt doordat superhelden zich consistent gedragen in films of boeken. Maar stel je voor dat een superheld opeens op een billboard staat als een angstig klein ventje of een vrolijke grappenmaker. Dat past niet in ons beeld van een superheld, toch? 80% van de mensen zal denken: waar slaat dit nou weer op!

Dit geldt ook voor merken. Als het een merk lukt om consistent te zijn in zijn boodschap en acties, helpt dit mensen de juiste woorden rondom dat merk te verzamelen. Bijvoorbeeld: Coolblue roept 'glimlach' op, Tesla is 'innovatief', Disney staat voor 'verwondering.' Met communicatie kun je dit beeld makkelijk beïnvloeden, maar alleen als je dit dus altijd op dezelfde manier blijft doen. Klinkt makkelijk, maar hier zit ook een probleem. Het betekent namelijk dat je nooit fouten kan maken en altijd na moet denken over wat je doet. Een impulsieve, slecht doordachte actie, zoals het plaatsen van een iets té spontane aanbieding op een billboard, kan echt funest zijn. Óf bestaande klanten begrijpen het niet en kunnen afhaken uit irritatie. Óf nieuwe klanten kunnen afgeschrikt worden door een verkeerde eerste indruk. En dat door slechts één billboard. Echt waar, het gaat sneller dan je denkt.

Daarom ons advies: blijf consistent en planmatig werken. Denk goed na over je acties en zorg dat al je communicatie consistent is. Vermijd ad hoc benaderingen en besef altijd dat alles wat je communiceert bijdraagt aan het beeld dat mensen hebben van jouw merk. Maak geen domme snelle fouten. Scheelt mij ook weer wat irritaties op weg naar huis.



BOSS-LADY BLAZER LADRESS

Het in 2006 opgerichte LaDress is bekend geworden met de perfecte outfit voor iedere gelegenheid. Het merk staat voor wasbare kreukvrije couture met de perfecte pasvorm waarmee het label 'elegance to every woman' biedt. Deze wintergroene Juliette-blazer is gemaakt van soepele en mooie crêpe satin en is volledig gevoerd. Draag de blazer met één van de bijpassende broeken om de ultieme boss-lady look te creëren!

Blazer € 339,-
www.ladress.com

STATEMENT OORBELLEN MICCY'S

Miccy's staat vooral bekend om de bijzondere ontwerpen van haar oorbellen. Deze prachtige 'Stork' ooevaaroorbellen zijn de nieuwste juweeltjes in de Patchart collectie.

Zeer licht om te dragen en alleen in kleine series geproduceerd. Echte blikvangers die zowel verfijning en elegantie als smaak voor mode tonen.

€ 325,-
www.miccys.com



STOERE JURK NENETTE

De focus van het Italiaanse label Nenette ligt volledig op vrouwen die zich elke dag op een elegante, moderne manier willen presenteren. Het label implementeert de nieuwste fashion trends, maar drukt ook een duidelijke, eigen stempel op haar artikelen. Met deze stoere 'Abito Astrea' jurk van Nenette ben je niet bang om ruimte in te nemen en te stralen.

€ 335,-
www.nenette.it



JETSET

Iedere editie selecteert het team van Rivierenland Business haar favoriete items op mode-, beauty-, lifestylegebied.

LUXUEUS HERENHORLOGE MAURICE LACROIX

Het merk Maurice Lacroix produceert al sinds 1975 bijzondere uurwerken. Dit 'Aikon' herenhorloge van Maurice Lacroix heeft een kast gemaakt van roestvrijstaal en is voorzien van een leren band. In de kast bevindt zich een Ronda kwaliteitsuurwerk. Dit model is afgewerkt met saffierglas.

€ 1290,-
www.mauricelacroix.com



OPVALLENDE HERENSCHOENEN FLORIS VAN BOMMEL

Dit zwarte model heeft een mooi motief en is geprint met bruine kleurtinten. Leuke details zijn ook de ronde gewaxte veters en de cobalt blauwe inzet in de hak die dit design compleet maken. De loopzool met unieke Floris van Bommel print is afgewerkt met een gripvast profiel. Ook verkrijgbaar in het blauw. Ga voor een unieke look met deze opvallende stappers.

€ 259,95
www.florisvanbommel.com

VROUWELIJKE LAARZEN VAN ELISABETTA FRANCHI

Angelina Jolie, Kendall Jenner, Lady Gaga en Kate Hudson kunnen geen genoeg krijgen van het Italiaanse label Elisabetta Franchi. Het merk is sexy, vrouwelijk, classy en luxueus. Deze fluwelen laars met matelassé ruitjesprint all-over is een echte must-have voor dit najaar. De bijzondere hak heeft detail van verguld metaal.

€ 1391,-
www.elisabettafranchi.com



JOUW PRODUCT IN JETSET?
Wil je jouw product ook in deze rubriek? Mail dan naar: imke@vanmunstermedia.nl en vraag naar de voorwaarden.



De huidige directie bestaat uit (vlnr) Kees Meerkerk, Kees van der Stelt en Arie van 't Verlaat.

ASPECT ICT

VIER DECENNIA AAN TOEKOMSTVISIE EN DOELGERICHTE OPLOSSINGEN

De basis van Aspect ICT gaat al vier decennia terug. Op 7 juli 1983 startte het bedrijf als 'Kantoorboekhandel De Giessen'. Een jaar later al kwam de personal computer in het assortiment. Die blik vooruit, voor de organisatie zelf én voor haar klanten, in combinatie met doelgerichte oplossingen, typeert het bedrijf 40 jaar later nog steeds.

De huidige directie van Aspect ICT, bestaande uit Kees Meerkerk, Kees van der Stelt en Arie van 't Verlaat, ontvangt ons in het moderne kantoorgebouw aan de Handelsstraat in Hardinxveld-Giessendam. Een pand dat ingericht is op samenwerken, waar medewerkers elkaar kunnen ontmoeten en informatie en ervaringen kunnen uitwisselen. Dat zegt iets over

de organisatie en de manier waarop er gewerkt wordt.

DIGITALE DOELSTELLINGEN

Wat doet Aspect ICT? Van der Stelt: "Wij helpen organisaties met het realiseren van hun digitale doelstellingen en het waarborgen van de continuïteit van hun ICT-omgeving. Van 't Verlaat

springt bij: "De afkorting ICT zegt het eigenlijk al: de I staat voor informatisering; data, het beheren en benutten daarvan. De C is voor communicatie, vooral de slimme manieren van communicatie en de T staat voor techniek. We hebben er bewust voor gekozen om dat allemaal in huis te hebben, zodat we organisaties echt kunnen ontzorgen."



AI

Waar lopen ondernemers nu tegenaan? Van der Stelt: "De snelle ontwikkeling en opkomst van AI. Je ziet dat bedrijven zich daarop moeten aanpassen. En wat blijft, is natuurlijk de verdere digitalisering. Veel relaties krijgen een steeds digitaal bedrijf, waarin data een grote rol speelt." Van 't Verlaat: "Bij veel bedrijven is de laatste jaren veel data opgebouwd. Die hebben ze, maar welke slimme dingen gaan ze ermee doen?" Meerkerk: "Hoe meer data, hoe meer IT, hoe meer (cyber)security gaat toenemen. Dit zijn voor ons hele belangrijke thema's om te bespreken met onze relaties. Wij denken mee en brengen onze expertise in, zodat organisaties hier echt iets mee gaan doen."

"En de ideeën vertalen we naar een doelgerichte oplossing, die ook echt uitvoerbaar is. Deze knowhow zorgt ervoor dat we dit al voor het veertigste jaar doen", vertelt Van der Stelt met een glimlach.

UITDAGINGEN

Wat voor rol kan kunstmatige intelligentie spelen voor een ondernemer? Van der Stelt: "AI kan helpen bij allerlei uitdagingen, zowel maatschappelijk als bedrijfsmatig. AI kan een volgende stap betekenen in het verder automatiseren van taken of dienen als digitale assistent. De ontwikkelingen staan nog in de kinderschoenen, maar zullen zeker de komende jaren in elke onderneming een rol gaan spelen. We helpen onze relaties te ontdekken hoe ze dit op een beheerste en veilige manier kunnen inzetten."

"ICT blijft in ontwikkeling," vertelt Van der Stelt. "En dat zal zo blijven. Het gaat er nu om: wat doe ik ermee en hoe maak ik het een vast onderdeel van mijn bedrijfsmodel? Dat zie ik als een grote uitdaging voor veel organisaties. Hoe neem je je collega's hierin mee en blijft er ook ruimte voor innovatie, en hoe zorg je

ASPECT ICT ALS WERKGEVER

"We zijn een kennis- en dus een mensenbedrijf," vertelt Van 't Verlaat. "Onze collega's kunnen zich continu ontwikkelen en daarmee werken we op hoog niveau. De uitdaging is dat de markt snel verandert en we willen het talent in de regio behouden. We doen dit door gastlessen te verzorgen bij diverse hogescholen, traineeships aan te bieden aan jonge professionals en veel ruimte voor stagiairs te bieden, zodat het talent in de regio blijft." Dat het beleid zijn vruchten afwerpt, blijkt wel uit het feit dat Aspect ICT al drie opeenvolgende jaren in de top 10 van Nederlandse ICT-werkgevers staat.

15

ervoor dat de continuïteit geborgd blijft van alle systemen en koppelingen? Daar ligt voor ons een belangrijke uitdaging. Organisaties zoeken nu een professionele partij die deze zorg geheel of gedeeltelijk uit handen neemt."

MEEPRATEN

De klantenkring van Aspect ICT bestaat voornamelijk uit mkb- en mkb-plusbedrijven. Van der Stelt: "We trekken al lang op met veel relaties en groeien dus met ze mee. Er zijn relaties die dertig jaar geleden binnenstapten voor één pc en nu zijn uitgegroeid tot ondernemingen met 250 collega's en meerdere vestigingen, nationaal en internationaal." Van 't Verlaat: "We vinden het belangrijk om die organisaties te kennen, zodat we ook kunnen meepraten. Voorheen was het apparaat belangrijk, toen de internetverbinding en later de software. Nu gaat het weer over slim omgaan met de data. Ons vakgebied evolueert doorlopend."

Hoe kijkt de directie naar de komende veertig jaar? Van der Stelt: "De ontwikkelingen gaan zo hard dat we niet zo ver vooruit kunnen kijken. We richten ons meer op de strategie voor de

komende twee à drie jaar. Daarbij moet je jezelf af en toe een spiegel voorhouden. Dit doen we regelmatig." Van 't Verlaat: "Met veertig jaar ben je redelijk volwassen, maar je hoopt dat je nog lang niet op de helft bent. Er zijn kansen genoeg; het ICT-vakgebied is heel breed. We kijken vooral hoe onze dienstverlening blijft passen bij onze relaties, wat continu doorontwikkelen en focus behouden betekent. De uitdaging is om vooruit te kijken en kansrijke innovaties te onderzoeken en in te zetten bij onze relaties."



Handelsstraat 4,
3371 XC Hardinxveld-Giessendam
www.aspect-ict.nl - info@aspect-ict.nl
0184 675 400



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



Een groene,
levende verdeler
op het kantoor

De LiveDivider is een modulaire groene
roomdivider waarmee eenvoudig een
aangename sfeer en privacy te creëren is.

ambius 

Meer weten?
ambius.nl/greenwalls

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:

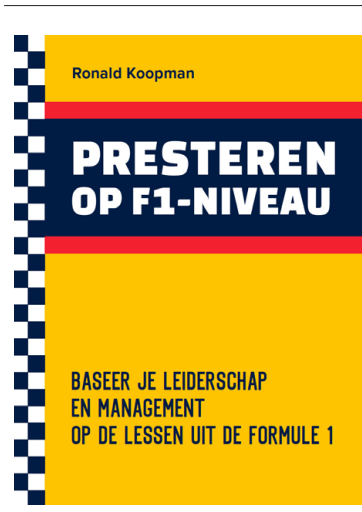
- **Accountancy**
- **Salaris**
- **Advies**
- **Fiscaal**

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



PRESTEREN OP F1-NIVEAU

Door Ronald Koopman

Iedereen die de Formule 1 – al is het maar zijdelings – volgt, kent de omstandigheden voor coureurs en teams: omgaan met ultieme druk, next level multitasking, in een fractie van een seconde de juiste keuzes maken...

Ronald Koopman ging op zoek naar de sleutels tot topprestaties in deze miljardensport. Voor zijn boek selecteerde hij zo'n 500 relevante artikelen van Formule 1-sites. Die onderwierp hij aan een grondige analyse om te komen tot de meest relevante inzichten en visie van insiders: van coureurs tot teambazen, commentatoren – vaak ervaren oud-coureurs – en journalisten. Hun meningen geeft Koopman veelal weer in de vorm van quotes, gerangschikt onder drie hoofdthema's: persoon, organisatie en uitvoering. Die items zijn weer onderverdeeld in verschillende aspecten, met daarbij telkens een samenvatting.

De opzet maakt het mogelijk om snel in te zoomen op specifieke elementen.

Mede hierdoor kan iedereen – ook lezers die niets met Formule 1 hebben – zijn voordeel doen met inzichten uit deze sport. Ondoenlijk om uit de honderden quotes er één selecteren, maar vooruit: "Over zijn vastberadenheid valt niet te twisten". Het onderwerp van deze uitspraak laat zich raden.

332 pag.

ISBN 978-94-9327-755-7.

€ 24,50. Expertboek.



GEPEST OP HET WERK

Door Rita Gielen & Lode Godderis

In de slipstream van recente onthullingen over misstanden op de werkvloer van – vooral – mediabedrijven lijkt ook pestgedrag meer aandacht te krijgen. Dat is hard nodig, weet Rita Gielen uit ervaring. Na een burn-out keerde ze terug bij haar werkgever. De omstandigheden waren echter ingrijpend veranderd; een nieuwe leidinggevende zat niet op haar te wachten en maakte Gielen's werk tot een hel. Ze vond geen gehoor, collega's lieten het gebeuren en maatregelen bleven uit. Met grote gevolgen: Gielen kreeg zelfs suïcidale gedachten.

Tijdens een gesprek maakte haar advocaat de opmerking: "Je kunt er een boek over schrijven". En dat deed Gielen, samen met expert in arbeidsgeneeskunde Lode Godderis. Gepest op het werk wil werknemers die hiermee te maken krijgen, laten weten dat ze zeker niet alleen zijn. Ook duiden de auteurs onderliggende processen. Vaak begint pesten subtiel, bijna onmerkbaar. Als er geen weerstand komt, verergert het pestgedrag, met uiteindelijk een in potentie enorme impact. Voor de betrokkene, maar ook voor de organisatie. Het boek maakt duidelijk hoe pestgedrag voorkomen kan worden en geeft inzicht in de kenmerken van een veilige werkomgeving.

206 pag.

ISBN 978-94-0148-710-8.

€ 22,99. Lannoo.



DE KRACHT VAN JE INTUÏTIE

Door Gerd Gigerenzer

Dat intuïtie belangrijk is bij het nemen van beslissingen zullen weinigen ont-kennen. Toch durft lang niet iedereen het ook echt leidend te laten zijn, zeker bij cruciale besluiten. Hoogleraar Gerd Gigerenzer wil met zijn boek duidelijk maken waarom het verstandig is, meer te vertrouwen op je onderbuikgevoel. Onder deze term ligt een samenspel van cognitieve, emotionele en sociale vaardigheden. Die vloeien weer voort uit eerdere ervaringen en levenslessen die onderdeel zijn geworden van iemands onbewuste. Dit zorgt voor waardevolle kennis die ook nog eens razendsnel toegepast kan worden: door af te gaan op je intuïtie. Volgens Gigerenzer levert dit vaak een beter resultaat op dan een zorgvuldige afweging van alle voor- en nadelen. Wat de voorkeur verdient, is nooit met zekerheid vast te stellen. Een proef waarbij beide methodes naast elkaar worden toegepast met exact dezelfde randvoorwaarden is immers onmogelijk. Dat gezegd hebbende zorgt meer inzicht in de grondslag en werking van intuïtie hoe dan ook voor een verrijking van iemands instrumentarium. Ook rationeel is het dus verstandig om meer te weten te komen over intuïtie. Daartoe dient dit boek.

288 pag.

ISBN 978-90-4392-665-2.

€ 21,99. Kosmos.



PRAKTIJKBOEK BEDRIJFSOVERNAME

Door Frits Beunke en Joost Coopmans

Je bedrijf verkopen: ondernemers maken het meestal maar eens in hun leven mee. Ze moeten het bij dit cruciale proces dus zonder ervaring stellen, terwijl de impact enorm is. Financieel, maar zeker ook emotioneel. Gelukkig zijn er experts voor wie overnames wel dagelijkse kost is, bereid om hun inzichten te delen. Na een carrière in het bankwezen is Frits Beunke al ruim twintig jaar zelfstandig overnameadviseur. Joost Coopmans gaf zijn bancaire ervaring een vervolg bij BDO, waar hij als partner en MT-lid verantwoordelijk is voor de activiteiten op het gebied van fusies en overnames.

In hun boek geven beide experts een veelomvattend inzicht in alle aspecten van een succesvolle bedrijfsverdracht in het mkb: juridisch, financieel, fiscaal en persoonlijk. Het proces begint met een zorgvuldige afweging: waarom wil iemand een bedrijf verkopen? Wat brengt het de ondernemer, wat zijn de gevolgen voor de onderneming? Is de keuze op goede gronden gemaakt dan moet het bedrijf verkoopklaar gemaakt worden; een tijdrovend proces. Voor de waardebeoordeling zijn verschillende grondslagen mogelijk. Het boek gaat hier nader op in, net als op het onderhandelingstraject, de ins en outs van due diligence en het sluiten van de deal, inclusief contractvorming. Door hun ervaring weten de auteurs als geen ander waar zich potentiële hobbels en valkuilen bevinden.

224 pag.

978-90-2445-568-3.

€ 37,50. Boom.

SPECIAL ENERGIETRANSITIE RIVIERENLAND BUSINESS EDITIE 5

In 2050 wil Nederland zijn overgestapt van fossiele brandstoffen naar duurzame energie. Van olie, gas en kolen, naar hernieuwbare bronnen, zoals zon en aardwarmte. De energietransitie is daarmee een van de grootste maatschappelijke veranderingen van deze eeuw. Wat betekent dat voor bedrijven? Gebouwen moeten energieneutraal worden, machines moeten schoner produceren en vervoer moet groen worden. Veel bedrijven en organisaties hebben groene doelstellingen maar vinden de energietransitie nog een abstract onderwerp. Rivierenland Business editie 5 zal daarom in het teken staan van dit thema waarin alle ins en outs worden belicht. Onder andere wethouder van de gemeente Tiel Erika Spil zal uitgebreid aan het woord komen over dit onderwerp.

ADVERTEREN?

Wilt u uw bedrijf in het kader van dit thema ook extra onder de aandacht brengen middels een advertentie, advertorial of artikel? Dat kan! Neem hiervoor contact met mediadeskundige Imke Emons op voor een voorstel op maat via imke@vanmunstermedia.nl of 0622 054 054 | 024 - 350 3240.

We ♥ PrintMedia



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 E info@balmedia.com

 **BalMedia**



V.l.n.r. Marita van Dijk, Feven Msgna, Fe Saclolo, Bert Lam, Selamawit Mebrahtu, Alicia Vergara en Tom Bronk.

BATOUWE BOOMKWEKERIJEN STIMULEERT MEDEWERKERS MET BIJZONDERE ACHTERGROND

RUIMTE EN VERTROUWEN VOOR TALENT

Wie het beste uit zijn medewerkers wil halen, moet een klimaat creëren waarin de talenten vanzelf komen bovendrijven. Die filosofie hanteert Batouwe Boomkwekerijen, met speciale aandacht voor de vijftien collega's die een bijzondere achtergrond hebben. Juist zij worden volop gestimuleerd om hun kwaliteiten te laten zien en te groeien. Daar ligt een mooie parallel met de producten, die kwekers tot ver in Europa bereiken.

Batouwe Boomkwekerijen bestaat pas sinds 2005, maar heeft een internationale kwaliteitsreputatie opgebouwd en naast de hoofdvestiging in Dodewaard en de vestiging in Elburg ook een locatie in Portugal. "Bepaalde soorten bomen groeien onder mediterrane omstandigheden aanmerkelijk beter," verklaart Bert Lam, eindverantwoordelijk voor de teelt en tevens voor personeelszaken. "Wij verrichten het voorwerk voor kwekers. Wat zij poten en jarenlang laten groeien, is bij ons op hoogwaardige wijze en met een zeer consistente kwaliteit geproduceerd en vermeerderd, dat wil zeggen gestekt of geënt en daarna opgekweekt. Bij dat laatste proces ent je een cultivar op een wilde onderstem, waardoor je een ras krijgt met de gewenste eigenschappen, dat bijvoorbeeld vaak beter in het straatbeeld past door een goede groeivorm. Een belangrijke reden voor kwekers om dit proces aan ons toe te vertrouwen is dat

niet iedereen de vakkennis en het personeel in huis heeft om dat uit te voeren."

VERZINNEN EEN OPLOSSING

Juist dat laatste werpt de vraag op hoe het komt dat Batouwe Boomkwekerijen naar eigen zeggen al jarenlang succesvol werkt met een aantal mensen die een bijzondere achtergrond hebben, onder wie statushouders uit Indonesië, de Filipijnen, Eritrea en Syrië. "Dat gebeurt door groepjes te maken onder begeleiding van ervaren medewerkers," legt HR-adviseur Marita van Dijk uit. "De teamleiders beschikken over menswaardige capaciteiten; dat is hier echt een voorwaarde. Ze benaderen de collega's met een mindset van vertrouwen en geven hen de ruimte." "Waar nodig begrenzen we hen ook, want ze hebben - zoals iedereen - behoefte aan duidelijkheid," voegt Bert Lam toe. "Tegelijkertijd maken we ze complimenten en stimuleren

we ze om zich te ontwikkelen. Daarmee halen we vanzelf de talenten in hen naar boven. Voor belemmerende factoren verzinnen we een oplossing. Iemand helpen om een afspraak bij de dokter te maken of een fiets regelen om op het werk te komen."

VERRIJKING

"Hopelijk openen we hiermee de ogen van andere ondernemers," zegt Marita van Dijk. "Het schrikt hen in eerste instantie misschien af om statushouders of andere mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt in dienst te nemen, maar wij weten inmiddels uit zes jaar ervaring wat voor positief effect het heeft op de sfeer binnen het bedrijf. Er is ruimte voor iedereen. Daarnaast zorgt de gemeente Neder-Betuwe voor goede ondersteuning via een jobcoach, een loonkostensubsidie en een no-riskpolis." Bert Lam: "Wij vinden het echt een verrijking binnen onze organisatie. Ongeveer een derde van ons personeelsbestand heeft een bijzondere achtergrond. Statushouders proberen we indien mogelijk te koppelen aan een ervaren collega uit hetzelfde land van herkomst, want we merken dat er dan snel een klik is. Wij willen iedereen de kracht geven om verder te gaan en te groeien."

IEMAND EEN KANS GEVEN?

Ondernemers die geïnspireerd zijn geraakt door dit verhaal en kandidaten een kans willen geven kunnen vrijblijvend contact opnemen met Tom Bronk, adviseur werk & inkomen (tbronk@buren.nl) of via het WerkgeversServicepunt Rivierenland (info@wsprievierenland.nl / 088 9375199). Het WSP betreft een samenwerking tussen UWV, Werkzaak Rivierenland en de gemeenten Buren, Culemborg, Maasdriel, Neder-Betuwe, Tiel, West Betuwe, West Maas en Waal en Zaltbommel.



GREEN WASHING

EU LEGT GREENWASHING IN VERSLAGLEGGING AAN BANDEN

'GREENWASHING IS IN FEITE EEN VORM VAN FRAUDE'

De komende jaren worden steeds meer grote bedrijven verplicht om in hun jaarverslag naast financiële informatie ook een duurzaamheidsverslag op te nemen. Om te voorkomen dat bedrijven zich op het gebied van duurzaamheid in deze jaarverslagen beter of slechter voordoen dan dat zij daadwerkelijk presteren, heeft de Europese Unie de normen en regels voor deze duurzaamheidsverslaglegging vastgelegd in de Corporate Sustainability Reporting Directive. Ook het mkb zal hiermee aan de slag moeten.

Binnen de huidige richtlijnen van de Europese Unie (de NFRD, Non Financial Reporting Directive) moeten beursgenoteerde bedrijven in hun jaarverslag naast financiële informatie ook duurzaamheidsinformatie opnemen. “Tot op heden gebeurt de verslaglegging over

duurzaamheid en de maatschappelijke impact van een niet-beursgenoteerd bedrijf vooral op vrijwillige basis en worden er bovendien verschillende raamwerken gebruikt”, vertelt Rob Jacobs. Hij is verbonden aan het Lectoraat Future-proof Financial van Zuyd Hogeschool en doet

promotie-onderzoek naar duurzaamheidsverslaggeving bij bedrijven. “De Europese Unie wil die willekeur aan banden leggen zodat stakeholders zoals aandeelhouders, klanten en werknemers beter inzicht krijgen in hoe een bedrijf presteert. In grote lijnen is greenwashing

niets meer of minder dan jezelf groener voordoen dan dat je daadwerkelijk bent. Kijken we naar de verslaglegging, dan kan een bedrijf bijvoorbeeld de nadruk leggen op een project dat een positieve impact heeft op het milieu. Maar als dit project slechts een heel klein onderdeel van het bedrijf is dat heel uitgebreid wordt beschreven, dan is dat een vorm van greenwashing. Ook het weglaten van negatieve aspecten kun je als greenwashing bestempelen. Wanneer je in de financiële verslaggeving de winst bewust hoger doet voorkomen dan deze daadwerkelijk is, noemen we dat fraude. In feite is greenwashing dus ook een vorm van fraude. Het is niet voor niets dat deze duurzaamheidsinformatie dus ook verplicht gecontroleerd gaat worden door accountants of andere 'assurance providers', net als bij financiële informatie."

RAPPORTEREN VOLGENS DE CSRD

Vanaf 2024 wordt de NFRD 'vervangen' door de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) en worden beursgenoteerde bedrijven geacht meer duurzaamheidsinformatie te verstrekken. In de CSRD zijn twaalf standaarden opgenomen. Twee daarvan bevatten basisprincipes en schrijven voor wat er gerapporteerd moet worden over strategie, governance en beslissingen met betrekking tot materialiteit. De rest heeft betrekking op aspecten rondom Environmental, Governance en Sustainability. Vanaf 2025 moeten daarnaast ook alle bedrijven die twee opeenvolgende jaren aan twee van drie criteria voldoen (een omzet hoger dan €40 miljoen per jaar, een balanstotaal van meer dan €20 miljoen en/of meer dan 250 medewerkers (gemiddeld over een jaar)) duurzaamheidsinformatie verstrekken die voldoet aan de CSRD-richtlijnen. Bovendien moet de duurzaamheidsinformatie alsmede de financiële informatie door de accountant (of wellicht een andere 'assurance provider') worden gecontroleerd en wordt een accountantsverklaring met 'beperkte mate van zekerheid' afgegeven. In Nederland gaat het uiteindelijk om zo'n 3.500 tot 4.000 bedrijven.

Eveneens nieuw aan de manier van rapporteren volgens de CSRD is dat bedrijven dit vanuit twee verschillende perspectieven moeten doen. Rob: "Enerzijds moeten zij vermelden wat duurzaamheid voor hun eigen bedrijf betekent. Vormen de gevolgen van klimaatverandering zoals grootschalige overstromingen of

de stijgende zeespiegel een risico voor jouw bedrijf? En welke maatregelen ga je daartegen treffen? Die informatie is met name bedoeld voor financiële investeerders, omdat deze risico's de bedrijfswaarde kunnen raken. Ook moet je aangeven welke kansen de klimaatverandering biedt voor je bedrijf. Anderzijds moet je vermelden hoe duurzaam jouw bedrijf is en welke impact (positief en negatief) jouw bedrijf op de klimaatverandering en andere sociale thema's heeft. Tevens moet je als bedrijf aantonen hoe jouw bedrijf bijdraagt aan de doelen die tijdens het Klimaatakkoord in Parijs zijn opgesteld en wat jouw doelen op dit gebied zijn. Ben je daar nog niet zo ambitieus in, dan is dat in principe geen probleem, als je puur naar de CSRD kijkt. Als je er maar transparant bent. Er is echter ook een Europese wet onderweg (de CSDDD, de Corporate Sustainability Due Diligence Directive) die bedrijven en in sommige gevallen bestuurders aansprakelijk kunnen stellen als bedrijven niet handelen volgens wereldwijde conventies over mensenrechten of klimaat."

GEVOLGEN VOOR HET MKB

Mkb-bedrijven lijken de dans te ontspringen, maar deze verplichte rapportage heeft wel degelijk impact op hun bedrijfsvoering. "Bedrijven die verplicht zijn om te rapporteren, moeten hierin de hele keten meenemen", vertelt Martijn Zoet. Hij is als lector verbonden aan het Lectoraat Future-proof Financial. "Zij moeten dus ook vermelden wat de uitstoot van hun klanten en hun leveran-

BROWNWASHING

Naast het fenomeen dat bedrijven zich groener voordoen dan dat zij daadwerkelijk opereren, zijn er organisaties die hun duurzame activiteiten juist bewust afzwakken of verzwijgen. "In Europa is er een verschuiving gaande", vertelt Rob Jacobs. "De EU wil op termijn steeds meer bedrijven gaan verplichten om over duurzaamheid, milieu en sociale aspecten te rapporteren. In de Verenigde Staten ligt dit anders. Dit zijn veelal bedrijven die volgens het Angelsaksische model opereren en onder andere aansturen op aandeelhouderswaarde en winstmaximalisatie. Zij willen hun stakeholders juist zo min mogelijk op hun groene activiteiten te attenderen, uit angst dat de aandeelhouders gaan protesteren en investeerders hun geld in andere bedrijven stoppen. Dat wordt ook wel 'brownwashing' genoemd, dus groene activiteiten 'bruiner' voordoen omdat je anders van bv. aandeelhouders opmerkingen kunt krijgen over die 'groene activiteiten' en of het geld dat daarmee gemoeid is, niet beter had kunnen worden gestoken in financieel rendabelere activiteiten. Ook wordt de concurrentie sterk in de gaten gehouden. Een bedrijf wordt geacht om minimaal in dezelfde orde van grootte te presteren qua winst en beurskoers." "Een mooi voorbeeld is de Bud light reclame met een transgender in de hoofdrol", vult Martijn Zoet aan. "Dit biermerk verloor vervolgens tien miljoen dollar aan aandeelwaarde ten koste van andere merken. Een andere vorm van brownwashing zien we bij het afsluiten van leningen. Wanneer bedrijven sociale en duurzame doelstellingen opstellen waaraan zij gaan voldoen, kunnen zij goedkoper lenen. Wanneer een bedrijf zich bij de aanvraag vervuilender voordoet dan deze daadwerkelijk is, dan is de eerste slag al snel gemaakt door op een later moment het normale niveau te rapporteren."

ciers is. Vanaf 2024 moeten werkgevers met honderd of meer werknemers sowieso de CO2-uitstoot van de reizen van hun personeel gaan registreren. Dan moet je als werkgever dus weten wat voor in wat voor auto elke medewerker rijdt en wat voor motor erin zit. De beursgenoteerde multinationals vinden het rapporteren volgens de NFRD nu al ingewikkeld. Wij verwachten dat ze de rapportages volgens de CSRD gaan uitstorten over de toeleveranciers. Daarnaast komen er voor mkb-bedrijven met honderd tot tweehonderd werknemers rond 2027 aparte richtlijnen voor hun rapportages, maar aan dat voornemen is nog geen concrete invulling gegeven."

DUBBELE TSUNAMI

Zuyd Hogeschool biedt cursussen voor cfo's en andere professionals over de CSRD en de daaruit voortvloeiende verplichtingen. Rob: "We merken bij veel bedrijven dat 2026 (het jaar waarin ze over 2025 moeten rapporteren) nog ver weg is. De meeste cfo's hebben andere dingen aan hun hoofd. Toch blijven we benadrukken dat het belangrijk is om hier op tijd mee te beginnen, anders snij je jezelf echt in de vingers. Rapporteren volgens de CSRD is te veelomvattend om in korte tijd te kunnen optuigen. Die niet goedkeurende accountantsverklaring kan bijvoorbeeld gevolgen hebben voor je financiering." Martijn: "Bedrijven moeten volgens de CSRD in sommige gevallen over maar liefst 1.140 kpi's rapporteren. Dat red je niet in een jaar, zeker niet binnen de

50
1973-2023

Al vijftig jaar
leveren we

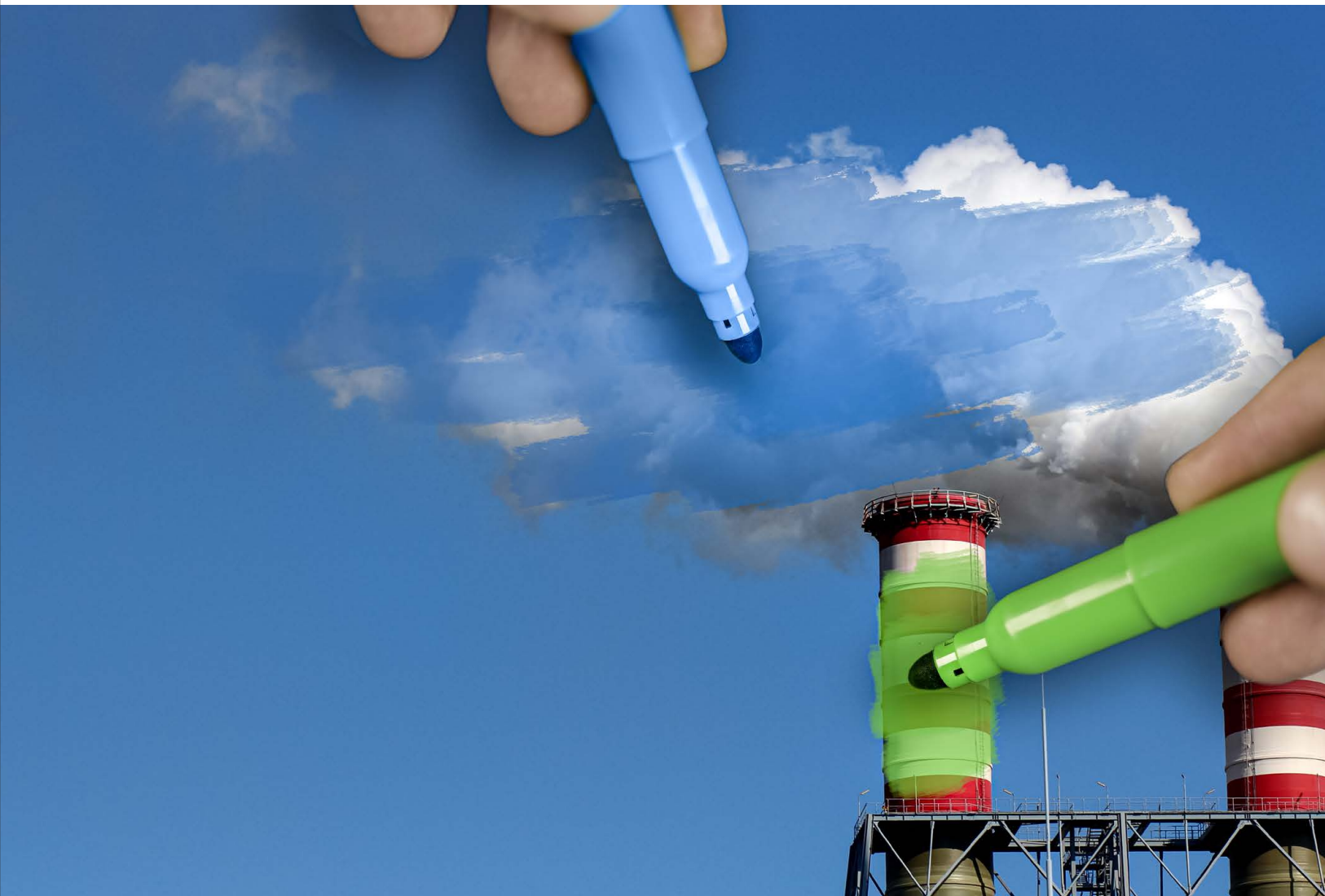
goeie
koffie



50
1973-2023
vantienen

Landweer 2a
5411 LV Zeeland (NB)
T 085 20 20 720
www.vantienen.nl

Nijverheidsweg 25
6171 AZ Stein
T 046 433 93 83
www.limcaf.nl



gemiddelde finance-afdeling van een mkb'er. Bovendien komt er een zekere mate van technologie bij kijken. Niet elke mkb'er is even gevorderd op het gebied van digitalisering. Daarmee komt er in feite een dubbele tsunami op ze af. Het is dus echt belangrijk dat ook het mkb hiermee aan de slag gaat."

KANS

Rob benadrukt dat bedrijven de rapportering niet alleen als extra bureaucratie zien, maar ook vooral als een kans. "Wanneer je aan de CSRD voldoet, komen andere raamwerken te vervallen. Bovendien biedt het duurzaamheidsrapport een compleet overzicht van je duurzaamheidsactiviteiten richting je stakeholders. Daarnaast kun je het rapport inzetten voor je strategische positionering. Zijn er zaken die je klanten niet goed vinden of waar je concurrenten beter in zijn? Dan kun je daar met behulp van je rapportage op inspelen en een koerswijziging inzetten. Het kan ook juist als hulpmiddel dienen om over je duurzaamheidsactiviteiten te communiceren. Ik ken genoeg familiebedrijven die niet verplicht zijn om aan CSRD-richtlijnen te voldoen, maar wel bewust bezig zijn om de negatieve impact van hun bedrijf op het milieu te verkleinen. Hun klanten zijn hiervan niet altijd goed op de hoogte. Met een jaarverslag kun je heel

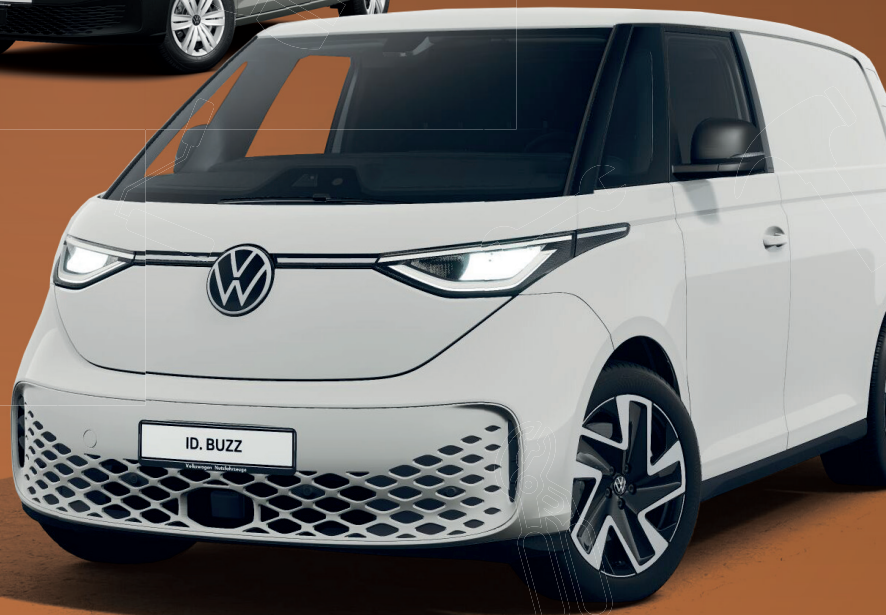
makkelijk die stappen aan de buitenwereld laten zien." Martijn noemt ROCKWOOL als voorbeeld. "Dit bedrijf is eerlijk over diens producten en erkent dat het productieproces vervuילend is. Maar hun producten dragen wel bij aan de verduurzaming van de bouwsector. Hierover communiceren ze uitgebreid op hun website."

MAATSCHAPPELIJKE DRUK

De verplichting van de CSRD zal de mogelijkheid tot die greenwashing niet helemaal wegnemen. "Maar bedrijven komen wel steeds minder weg met het weglaten van informatie", zegt Rob. "Ook accountants lezen de krant en weten wat een bedrijf precies doet. Komen ze daar in het duurzaamheidsverslag niets tegen over de CO2-uitstoot, dan zullen ze kritische vragen stellen. Daarnaast komt het ook neer op ethiek. Er zijn veel voorbeelden uit het verleden waarbij bleek dat niet alle ondernemingen even ethisch handelen. Hoe eerlijk wil je zelf als bedrijf zijn? Ten slotte neemt ook de maatschappelijke druk toe. Mensen worden steeds kritischer en stellen steeds meer vragen. Daar zul je uiteindelijk iets mee moeten, of je nu een multinational of een mkb'er bent."

RUIIME VOORRAAD

NIEUWE EN JONG GEBRUIKTE
VOLKSWAGEN BEDRIJFSWAGENS



Scan de QR-code
en check de voorraad!

Met bijna **60 jaar ervaring** zit je bij ons goed voor **hoogwaardige Volkswagen Bedrijfswagens** en **maatwerk bussen**.

Jouw nieuwe bedrijfswagen vind je bij **De Waal Autogroep**

dewaalautogroep.nl



Zoekt u een unieke "buiten" locatie aan het water om te vergaderen, een training te geven of een inspirerende en motiverende teambuilding dag te organiseren.



Ook dan bent u bij ons op de juiste plek! Wij nemen alle zorg op ons, we zorgen voor een heerlijke en gezonde lunch, doen jullie waar je goed in bent, doen wij dat ook.



DE OS & HET PAARD

BOUTIQUE HOTEL

"Luxe vergaderlocatie aan de rivier De Linge"
Huiselijk, kleinschalig, stijlvol en exclusief

Een bijzonder mooi gelegen locatie om te vergaderen omgeven door natuur, ruimte en rust.

U kunt hier vergaderen, trainen, brainstormen en uw gasten ontvangen in een mooie en stijlvolle ruimte.

Voldoende parkeermogelijkheden op eigen terrein. Drie ruime en sfeervolle ingerichte hotelkamers ter beschikking.

U mag altijd even langs komen om te kijken, de sfeer te "voelen" en om uw wensen te bespreken.

Deilsedijk 75, 4158 EG | DEIL | T 0345-651613 |
 info@osenpaard.nl | www.osenpaard.nl



BEDRIJFSWAGENS UIT
VOORRAAD LEVERBAAR

RUIM **250** BETROUWBARE
OCCASIONS

**DIRECT RIJDEN MET
 ONZE RUIME VOORRAAD
 PERSONENWAGENS**



MULDERS TIEL
 Franklinstraat 2
 4004 JK Tiel
 0344 616 147

MULDERS CULEMBORG
 Rolweg 45
 4104 AV Culemborg
 0345 470 960

MULDERS NIJMEGEN
 Weurtseweg 301
 6541 AT Nijmegen
 024 350 3000

MULDERS-AUTOGROEP.NL

MULDERS.





GEEF JE OP VOOR DE BEDRIJFSWAGENTESTDAG!

Vanaf 1 januari 2025 vervalt de BPM-vrijstelling op bestelauto's voor ondernemers. Vernieuw je wagenpark voor deze datum en ontdek de nieuwste bestelauto's, bussen en bedrijfswagens tijdens de Bedrijfswagentestdag op donderdag 2 november a.s.

WAT HOUDT HET IN?

Tijdens de autotestdag testen diverse ondernemers uit de regio auto's die door verschillende autodealers ter beschikking worden gesteld. Elke testrijder maakt testritten in verschillende auto's, waarbij we een tussenstop maken en van voertuig wisselen. Ook vullen de testrijders bij elke tussenstop hun bevindingen in op een formulier. Deze bevindingen vormen de basis voor de testverslagen in editie 5 van Rivierenland Business. Tussen de testritten door is er bovendien alle gelegenheid om te netwerken.

PROGRAMMA

- 12.00 Ontvangst met lunch
- 13.00 Start testritten door de regio
- 16.30 Verwachte terugkomst bij de startlocatie en afsluiting met een borrel
- 17.00 Einde Bedrijfswagentestdag

AANMELDEN

Ben je je aan het oriënteren op een nieuwe lease-auto en van plan om binnen circa een half jaar na de testdag een andere auto aan te schaffen? Dan is onze Bedrijfswagentestdag het perfecte event voor jou. Deelnemen aan de testdag is bovendien kosteloos. Aanmelden kan via onze website www.rivierenlandbusiness.nl/autotestdagen. Heb je een voorkeur voor een bepaald merk of model, geef dit dan vooral aan op het formulier!

GRAAG TOT ZIENS OP 2 NOVEMBER A.S.!

Wil je als dealer of locatie deelnemen aan deze testdag? Neem contact op met mediadeskundige Imke Emons via imke@vanmunstermedia.nl en vraag naar de mogelijkheden.



VIJF REDENEN OM DIT JAAR AL OVER TE STAPPEN OP ELEKTRISCH RIJDEN

Ben jij er serieus over na aan het denken om een elektrische auto aan te schaffen? Dan is dit artikel iets voor jou! Wij willen een aantal redenen geven waarom het rijden in een elektrische auto echt iets is waar je over na moet denken. We geloven niet alleen dat het goed is voor het klimaat, maar het is ook nog eens voordeliger dan de traditionele verbrandingsmotor. We gaan ons er eens in verdiepen.



27

BETER VOOR DE SCHONE LUCHT

Wie wil er nu niet in een schone stad wonen? Dankzij elektrische auto's is een schone binnenstad, zonder de benzine walmen en roet uit de uitlaten. Niet langer zullen er auto's in de zinderende hitte onder je raam voor het stoplicht staan te wachten. Daarnaast is het voordeel natuurlijk ook dat er een stuk minder geluidsoverlast klinkt van elektrische auto's. Is dat niet heerlijk allemaal?

EEN STUK GOEDKOPER

Het klinkt misschien wat ongeloofwaardig, maar het is wel echt zo: een benzineauto is over het hele leven genomen een stuk duurder dan een elektrische auto. Dat heeft niet alleen te maken met de kosten van een liter benzine die de laatste jaren echt door het plafond is gegaan, maar ook heeft het te maken met het feit dat er bij een benzineauto makkelijker onderdelen stuk kunnen gaan. Er zijn bij een EV veel minder beweegbare onderdelen en er is dus minder slijtage.

SUBSIDIE VAN DE OVERHEID

Wist je dat er in Nederland subsidies zijn voor mensen die elektrisch willen gaan rijden. Je hoeft bijvoorbeeld veel minder of helemaal geen wegenbelasting te betalen en ook krijg je korting op de aankoop van zo'n auto. Producenten van de auto worden ook flink gesubsidieerd. Al met al kan de overheid een groot percentage van de auto betalen.

EEN EV WORDT OOK STEEDS BETER

Waar je voorheen slechts 280 tot 350 kilometer bereik had op de teller, heb je nu elektrische auto's die wel 600 tot 800 kilometer kunnen rijden op één 'tank'. Je hoeft dus veel minder langs de weg te staan om je auto op te laden. Ook de technologie is erg sterk vooruitgegaan de laatste jaren. Een e-auto is meer een soort rijdende computer geworden. Je hoeft er nauwelijks meer wat te doen, zeker als je over de snelweg rijdt. De auto rijdt eigenlijk helemaal zelf op die momenten.

EEN EV LAAD JE OP STEEDS MEER PLEKKEN OP

Een andere reden om over te stappen op een elektrische auto is omdat er in Nederland een steeds groter netwerk is van laadpalen. Ben je bijvoorbeeld van plan om een dagtrip te maken en je zoekt in Utrecht laadpalen, dan kun je op een website terecht om de laadplekken op jouw route te vinden. Zorg dat je nooit meer te lang op zoek bent naar een laadplek.

Zoals je ziet zijn er echt wel heel veel redenen om dit jaar nog over te stappen. Koop een mooie elektrische auto, verzeker hem goed en rij ermee rond om zoveel mogelijk geld te besparen.



KONINKLIJKE JAARBEURS

VOOR ELK EVENT EEN PERFECT PASSENDE ZAAL

Een boardroomvergadering of training in Jaarbeurs MeetUp of een groot event in het congrescentrum Supernova? Jaarbeurs in Utrecht heeft voor elk event en elke doelstelling wel een zaal die perfect past, zowel qua uitstraling als capaciteit en setting.

Accountmanagers Fleur van den Berg en Moniek Dirksz - Kuper hebben de afgelopen maanden weer diverse opdrachtgevers mogen ondersteunen bij het organiseren van hun evenementen in de congres- en vergaderlocaties van Jaarbeurs. Moniek: "We merken dat onder andere de bedrijven die op zoek zijn naar een locatie die goed bereikbaar is en net als wij direct naast Utrecht Centraal station zijn gevestigd, ons vergadercentrum Jaarbeurs MeetUp uitstekend weten te vinden. Hier vind je dertig zalen van diverse grootten, van een boardroom voor vier personen tot een geschakelde congreszaal voor 240 personen. Deze zalen worden regelmatig ingezet voor de wat kleinere bijeenkomsten zoals vergaderingen en trainingen. Wanneer een opdrachtgever een plenaire zaal en meerdere sessiezalen nodig heeft, boeken we deze zo veel mogelijk op één verdieping. Voor alle bijeenkom-

sten geldt dat de deelnemers in de centrale hal bij het cateringplein koffie en thee kunnen halen en de lunch geserveerd krijgen. Dat houdt het overzichtelijk en bevordert het netwerk-element van de bijeenkomst."

UNIEKE CONGRESZALEN VOOR JE EVENEMENT

Opdrachtgevers met wat omvangrijkere, complexe events kunnen terecht bij Jaarbeurs beurs- en congresgebouw, waar Media Plaza en Supernova te vinden zijn. Fleur: "Beide congrescentra liggen boven het bekende hallencomplex aan de andere zijde van het gebouw en kunnen exclusief worden afgehuurd. De zalen van Media Plaza en Supernova zijn samen goed voor een enorme verscheidenheid aan sfeer, inrichting en capaciteit. Bij het ontwerpen van de zalen is ook veel nagedacht over het creëren van unieke ruimtes die de deelnemers echt bijblijven en

het doel van het event bevorderen. Er wordt bijvoorbeeld met lijnen en lichtelementen gewerkt zodat deelnemers automatisch op één centraal punt van de zaal focussen. De zalen en de foyer in Supernova hebben een futuristische uitstraling die bijvoorbeeld goed passen bij events met de toekomst als thema. Zo zijn de zalen Expedition en Quest ingericht als ruimtecapsules." Moniek: "Supernova heeft een ruim opgezet cateringgebied. Deze wordt vaak als kleine beurs- of informatievloer ingezet met 35 tot 40 stands. Verder heb je er vier grote sessiezalen. Congreslocatie Media Plaza heeft wel twintig zalen en foyers. Heb je een grote plenaire ruimte met een aantal kleine sessiezalen nodig, of juist een kleinere plenaire zaal met veel break-outs? Bij elk event kunnen we kijken wat het beste bij het event, de doelstelling en de voorkeur van de opdrachtgever past. Bij het Polargebied ga je



CERTIFIED HEALTHCARE VENUE

Naast duurzaamheid zet Jaarbeurs in op goede gezondheidszorg. Om alle zorginstaties een platform te bieden waar zij elkaar kunnen vinden en samenwerken, heeft Jaarbeurs de Dutch Health Hub opgericht. Het platform is ook organisator van Dutch Health Week, een week waarin diverse events, congressen, masterclasses en de vakbeurzen Zorg & ICT, Zorg & Facility en Zorg & Food plaatsvinden. Jaarbeurs is zelf een Certified Healthcare Venue, waarmee zij aantonen dat voldoen aan de specifieke benodigdheden die bij het organiseren in de medische sector worden gevraagd. Diverse teamleden zijn hier specifiek voor opgeleid en dragen de titel Healthcare Champion. Dat betekent dat zij de juiste ervaring hebben en zorgpartijen kunnen ondersteunen en faciliteren bij het organiseren van hun bijeenkomsten.

bijvoorbeeld letterlijk een schuifwand door naar jouw exclusieve omgeving. Het bestaat uit een mooie strakke, grote plenaire zaal met acht omringende sessiealen. Het Auditoriumgebied biedt een bijzondere maar praktische plenaire zaal met meerdere unieke kleine zalen die zo kan worden ingedeeld dat je toch een intiem event kunt organiseren.”

Zowel de zalen in de Jaarbeurs MeetUp als de congrescentra zijn bovendien zeer gebruiksvriendelijk. Fleur: “Alle ruimtes zijn ‘plug and play’. Er zit een flinke basis aan techniek, verlichting en audiovisuele middelen in die zeer makkelijk te bedienen zijn. Bovendien heb je als opdrachtgever altijd een vast aanspreekpunt vanaf de aanvraag tot aan het event, waarbij je op de dag zelf kunt rekenen op de service en ondersteuning van een dedicated meeting host.”

BEATRIX THEATER INZETTEN VOOR EEN BIJZONDERE BELEVING

Opdrachtgevers kunnen eveneens terecht bij het Beatrix Theater, dat buiten de diverse voorstellingen om als congres- en eventlocatie kan worden ingezet. Moniek: “Denk aan een bedrijfsfeestje in de Stage Entertainment Lounge met uitzicht over het Jaarbeursplein, of in de exporuimte achter de theaterzaal. De theaterzaal zelf kan heel makkelijk in omvang worden aangepast waardoor je toch de intieme sfeer van een kleinere zaal hebt. We merken dat opdrachtgevers voor hun event het theaterzaal ook graag combineren met de zalen in Jaarbeurs MeetUp, beide staan in directe verbinding met elkaar.”

MEEST DUURZAME LOCATIE

Naast de diversiteit aan locaties en zalen weten opdrachtgevers Jaarbeurs ook te vinden wanneer een duurzame evenementenlocatie op het wensenlijstje staat. Fleur: “Sinds een aantal jaar timmeren we hard aan de weg om de meest duurzame locatie van Europa te worden. Zowel bij de beurzen in de hallen als bij de congreslocaties bestaat onze catering voor 90% uit vegetarische gerechten en voor 10% uit visgerechten, afhankelijk van de doelgroep. Voor de opdrachtgevers van congressen en events hebben we een mooi Foodbook met alle gerechten en hapjes samengesteld. Al onze producten komen van lokale en/of duurzame leveranciers, waaronder de Koekfabriek in Utrecht en de Verspillingsfabriek. In de keuken gebruiken we het camerasysteem van Winnow dat exact in de gaten houdt hoeveel er wordt weggegooid. Daar passen we onze catering op aan. Ook planten we voor elke boeking een boom en kunnen opdrachtgevers ervoor kiezen om extra bomen te planten. Omdat we ook op veel andere vlakken verduurzamen, hebben we al onze initiatieven en samenwerkingsverbanden gebundeld in een ‘duurzaamheidsboek’.”

Zowel bij het selecteren van de juiste zaal en adviseren over andere benodigde zaken als het verduurzamen van de bijeenkomst, denkt het team van Jaarbeurs graag mee. “We hebben voor elke bijeenkomst wel een passende zaal en maken graag gebruik van onze eigen ervaring en kennis om te helpen de evenementen van onze klanten nog succesvoller te laten zijn.”

www.jaarbeurs.nl



VNO-NCW MIDDEN, KRACHTIG REGIONAAL NETWERK VOOR ÉCHT ONDERNEMERSCHAP

VNO-NCW Midden is een van de vijf krachtige regionale verenigingen van VNO-NCW, de grootste ondernemersvereniging van Nederland. “Wij maken ons sterk voor een optimaal ondernemers- en vestigingsklimaat in negen regio’s in de provincies Utrecht, Flevoland, Gelderland en Overijssel. Vanuit deze regio’s leveren wij samen met de ondernemers een belangrijke bijdrage aan de uitdagingen waar we als maatschappij voor staan,” vertelt Jan Martijn Broekhof, voorzitter VNO-NCW provincie Utrecht.

BELANGRIJKE GESPREKSPARTNER

VNO-NCW Midden is een krachtig netwerk van ondernemers uit verschillende sectoren en branches. Indirect behartigt deze ondernemersorganisatie de belangen van ruim 17.000 bedrijven in 4 provincies met totaal 1,3 miljoen medewerkers. Jan Martijn Broekhof: “Het sterke aan onze vereniging is dat we ons echt inzetten vanuit de verschillende regio’s. We laten de stem van ondernemers horen in de regionale economie en door de verbondenheid met VNO-NCW klinkt het geluid uit de regio ook door in landelijk en Europees beleid. We worden door veel

overlegorganen als belangrijke gesprekspartner gezien.”

COLLECTIEVE KRACHT

Jan Martijn Broekhof is ondernemer in Utrecht en inmiddels anderhalf jaar voorzitter van het bestuur van VNO-NCW provincie Utrecht. Deze bestuursleden, ook allemaal ondernemers, zetten zich in voor de regionale en lokale belangen van ondernemers en werkgevers in ‘hun’ provincie. “De opgaven waar wij als ondernemers nu mee te maken hebben, vragen om collectieve kracht en oplossingen. Het is daarom belangrijk dat we elkaar ook

goed weten te vinden. Alleen dan kunnen we in onze mooie provincie maximale impact maken.”

ERVARINGEN DELEN EN INSPIRATIE

Met het organiseren van inspirerende bedrijfsbezoeken en bijeenkomsten over actuele thema’s, waarbij ook volop gelegenheid is tot netwerken, worden ondernemers gestimuleerd om kennis en ervaring te delen en elkaar te inspireren. Ook initieert VNO-NCW Midden in samenwerking met diverse regionale partners aansprekende projecten om ondernemers te ondersteunen bij onderwerpen als energiebesparing, de transitie naar circulair ondernemen of hoe om te gaan met personeelskrapte. “Alles met als doel om jou als ondernemer te inspireren en te laten groeien,” aldus een enthousiaste Broekhof. Tijdens de Provincie Utrecht Tech Day op 22 oktober aanstaande in House Modernes Utrecht zal hij een van de round tables leiden.

DÉ VERBINDING

In deze huidige tijd met de diverse grote uitdagingen waar ondernemers voor staan, is het belangrijk de krachten te bundelen en gezamenlijk de stem van ondernemers te laten horen richting de landelijke politiek. “Daarom is het ook goed om goed samen te werken met andere brancheverenigingen, lokale ondernemersverenigingen en de regionale en lokale politiek. Vooral bij langdurige lobbytrajecten. Door zo’n effectieve krachtenbundeling hebben we onder meer bereikt dat het kabinet een extra bijdrage levert aan het verbreden van de Rijnbrug bij Rhenen. Hiermee komt er zicht op een oplossing voor dit verkeers- en veiligheidsknelpunt in onze provincie. En dan is dit nog maar een kleine greep uit alles waarmee wij ons binnen VNO-NCW Midden bezighouden,” besluit Broekhof.

Wil jij je ook aansluiten bij deze ondernemende vereniging? Kijk voor meer informatie op www.vno-ncwmidden.nl.



Jan Martijn Broekhof:
“De opgaven waarmee wij als ondernemers nu te maken hebben, vragen om collectieve kracht en oplossingen.”



Na het afronden van een studie Bedrijfskunde aan de Erasmus Universiteit begon Robert Havekotte in 1992 bij Van Luin Assurantiën. Na vier jaar werd hij managing partner. Inmiddels helpt Havekotte vele Nederlandse én buitenlandse bedrijven bij hun risicomangement en adviseert over verzekeringen en andere oplossingen. Binnen Nederland maar ook (ver) daarbuiten, met hulp van de internationale partners in het UNIBA-netwerk. Omdat hij te veel bedrijven tegenkomt die in het buitenland ondernemen maar zaken niet goed regelen, startte Havekotte www.internationaalverzekeren.nl. Als het op verzekeren aankomt, kan Van Luin Assurantiën helpen. Maar als anderen hun kennis gebruiken, is dat geen probleem. Zo helpt Van Luin bedrijven hun succes te verzekeren in het buitenland.

Robert Havekotte
robert@internationaalverzekeren.nl
 06-29052077

INTERNATIONAAL ONDERNEMEN VRAAGT OM
 INTERNATIONAAL VERZEKEREN

VERZEKER UW SUCCES IN HET BUITENLAND

U gaat ondernemen in het buitenland of doet dat al. Van veel kanten ontvangt u ondersteuning. Voor personeel, bankrekeningen, visa en vergunningen zijn er partijen die kunnen helpen. Wij zien dat één onderwerp ontbreekt, namelijk internationaal verzekeren. Met alle mogelijke problemen tot gevolg.

Daarom is er www.internationaalverzekeren.nl. Een platform dat ondernemers informatie biedt over internationaal verzekeren en daarmee voorkomt dat ze de mist in gaan. Ik vertel u daar in deze en vier volgende columns graag over.

VOORBEELD 1: BELASTING BETALEN IN DE VS

Bedrijf heeft dochter in de VS en verzekert dit bedrijf op een aansprakelijkheidsverzekering in Nederland. Dat is toegestaan. Bedrijf hoeft in Nederland geen assurantiebelasting te betalen over VS-omzet, maar is wel verplicht in de VS aangifte te doen en "Non-Admitted Tax" te betalen. Bedrijf wist dit niet. Wij organiseerden dit via onze VS-partner. Voordelen? Geen (onbedoelde) belastingontduiking in de VS. En in plaats van de 21% in Nederland betaalt het bedrijf in de VS tussen de 2% en 4% IPT (Insurance Premium Tax). Dus beter geregeld en minder betaald.

31

COMPLEXITEIT EENVOUDIG UITLEGGEN

Wij zien internationaal verzekeren bijna als een hobby. We vinden het leuk, praten er graag over en kunnen de complexiteit goed en eenvoudig uitleggen. Adviseren over internationaal verzekeren is een vak. Wij delen onze kennis met als doel, ondernemers beter voorbereid naar het buitenland te laten gaan. Op www.internationaalverzekeren.nl staan onder meer whitepapers, blogs en artikelen. De site is een onafhankelijke bron van informatie. Een plek waar internationale ondernemers naar toe kunnen om hun succes in het buitenland te verzekeren. Als initiatiefnemer willen we dat het bewustzijn van en de kennis over internationaal verzekeren in Nederland toeneemt. Dat is onze ambitie en daar investeren we graag in.

VOORBEELD 2: BEDRIJF HEEFT EEN WAREHOUSE IN SPANJE

Dat mogen en kunnen we vanuit Nederland verzekeren (want binnen de EU). Dekking in Spanje op een Nederlandse polis met Nederlandse voorwaarden.

Toch is het beter een lokale polis af te geven voor de dekking in Spanje, omdat de dekking dan op basis van de Spaanse voorwaarden wordt verleend. Groot voordeel is dat in Spanje overstroming via het Consortium is meeverzekerd, dus betere dekking voor de klant. En bij schade in Spanje wordt de schade afgewikkeld door onze Spaanse partner met de lokale Spaanse verzekeraar.

RIVIERENLAND

FIT IN BUSINESS

BUSINESS

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE



Fit in Business

Hoe werkt het 'Fit-voor-Business' ondernemersnetwerk voor de ondernemers (sporters)?

Hoe werkt het 'Fit-voor-Business' ondernemersnetwerk voor de ondernemers (sporters)?

Voor iedere MKB ondernemer is zakelijk netwerken van vitaal belang om ervoor te zorgen dat zijn bedrijf gezond blijft. Samen naar de gym is een uitstekende manier om collega-ondernemers uit eigen regio te ontmoeten.

Voor een (startende) ondernemer zijn nieuwe zakelijke contacten ontmoeten en zakelijk netwerken van essentieel belang om een succesvol en winstgevend eigen bedrijf neer te zetten. Samen naar de gym is een uitstekende manier om collega-ondernemers uit eigen regio te ontmoeten.

Een uitstekende manier om goed op de hoogte te blijven van wat er zich momenteel afspeelt binnen de regio en om bijvoorbeeld nieuwe zakelijke contacten te ontmoeten terwijl je ook lichamelijk in vorm blijft.

In het kort houdt dit in gezond worden/blijven en laagdrempelig netwerken ineen. Het concept is even eenvoudig als succesvol gebleken: netwerken zonder poespas. Klik op jouw dichtsbijzijnde locatie:

Meld je aan bij een van deze coaches/aanbieders en word zo opgenomen binnen het lokale ondernemersnetwerk!





Cosyclub Juliën

Beethovenstraat 24 | 4003 KX, Tiel
T 085 485 7262 | info@cosyclubjulien.nl
www.cosyclubjulien.nl



Healthclub Juliën

Provincialeweg 16 | 4033 BR, Lienden
T 0344 - 60 22 04 | info@healthclubjulien.nl
www.healthclubjulien.nl



Uniek Fitness Ammerzoden

Van Milstraat 1a | 5324 AX, Ammerzoden
T 073-594 7040 | receptie@uniekfitness.nl
www.uniekfitness.nl



Sport & Fitness Geldermalsen BV

Rijnstraat 33 | 4191 CK, Geldermalsen
T 0345-581000 | email@fitnessgeldermalsen.nl
www.fitnessgeldermalsen.nl



Inspire Fitness Club

Kenelweg 10 | 4205 ZR, GORINCHEM
T 0183- 760 563 | info@inspirefitnessclub.nl
www.inspirefitnessclub.nl

van munster media factory

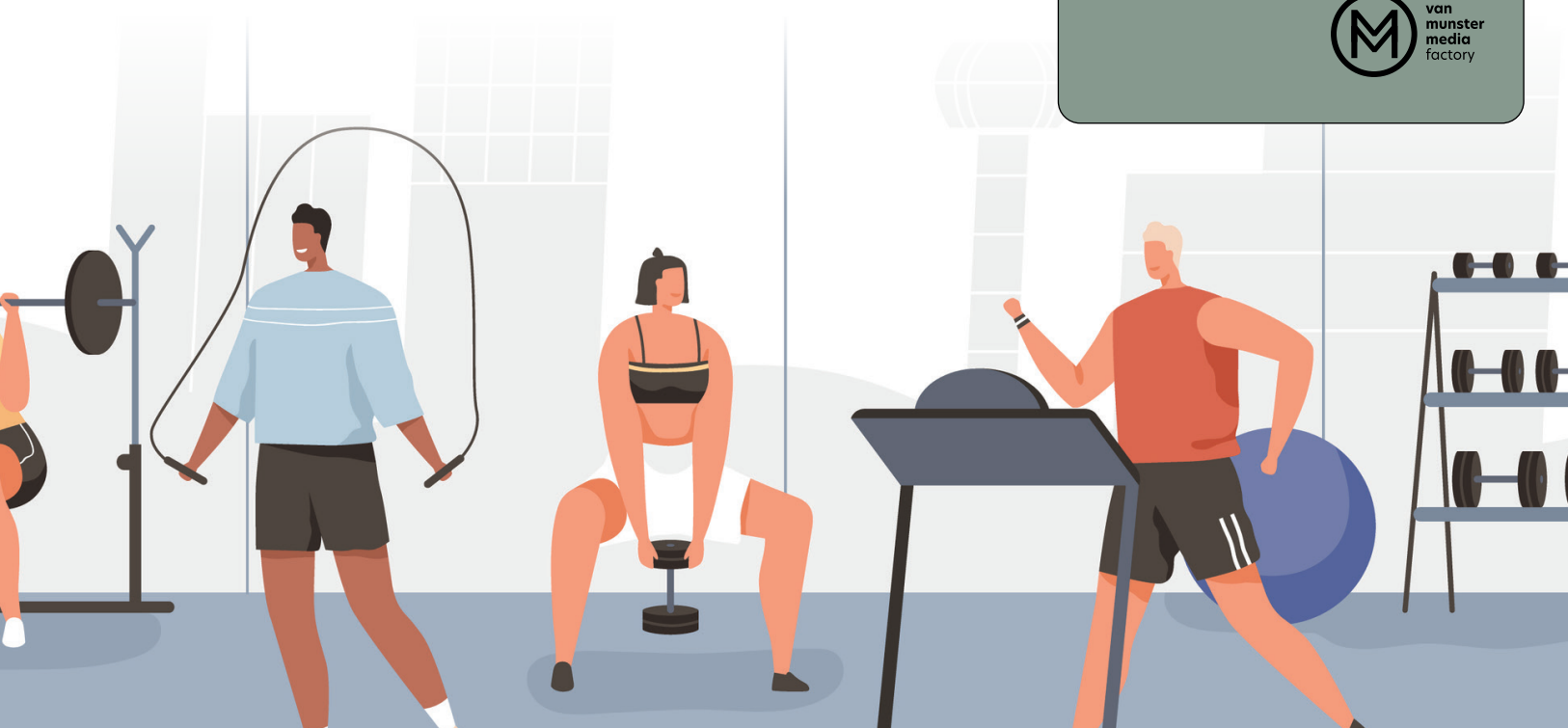
>Wij zijn factory.

Wij luisteren.
Wij adviseren.
Wij designen.
Wij adverteren.
Wij programmeren.
Wij schrijven.

>Ontdek alle mogelijkheden

www.vanmunstermedia.nl | info@vanmunstermedia.nl

van munster media factory



makelaars.media

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

EENVOUDIG, SNEL
EN PROFESSIONEEL

KOPPELING NAAR AL JE
SOCIALE MEDIA-UITINGEN

TUINBORDEN,
BANNERS EN POSTERS

ADVERTEREN IN
16 MAGAZINES

EFFECTIEVE PROMOTIE

LOGIN, CREËER,
PRODUCEER EN BESTEL

INTERACTIVE MULTIMEDIA

OPGEMAAKT IN DE
UNIEKE HUISSTIJL
VAN JOUW KANTOOR

FLYERS, BROCHURES

AUTOMATISCH
& UP-TO-DATE

JUBILEUMMAGAZINES



Presenteer uw makelaarskantoor en objecten in uw omgeving!

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

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

Heeft u wensen op maat? Wij kunnen diverse aanvullende producten en diensten bieden. Denk aan

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

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

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

PAAS-IT printing as a service.



REMCO HAVEKES,

Pensioenadviseur & Financieel Planner
Eigenaar Pension@Work

“HELP, IK GA MET PENSIOEN...”

Met pensioen gaan levert steeds vaker keuzestress op! Vorige week werd ik gebeld door Marcel, een 66-jarige, goede opgeleide werknemer. Hij vroeg mij of ik hem ‘alsjeblieft’ wilde helpen bij het maken van de juiste keuzes voor zijn pensionering, hij kwam er zelf namelijk niet meer uit.

Dat is niet zo vreemd als het lijkt, want iemand die met pensioen gaat heeft tegenwoordig heel veel te kiezen. Bij de meeste pensioenregelingen zijn de volgende keuzemogelijkheden min of meer standaard:

- Met pensioen voor, op of na de AOW-leeftijd;
- deeltijdpensioen (het ouderdompensioen gaat gedeeltelijk in);
- een levenslang gelijkblijvende uitkering of;
 - de eerste jaren een hoge uitkering, daarna een lage uitkering;
 - de eerste jaren een lage uitkering, daarna een hoge uitkering;
- (een deel van) het ouderdompensioen uitruilen voor een hoger nabestaandenpensioen;
- (een deel van) het nabestaandenpensioen uitruilen voor een hoger ouderdompensioen.

Als de werkgever niet is aangesloten bij een bedrijfstakpensioenfonds en er sprake is van een beschikbare premieregeling, dan komen daar meestal de volgende keuzemogelijkheden bij:

- Een gegarandeerde uitkering of een variabele uitkering (of een combinatie van beide);
- een gelijkblijvende uitkering of een geïndexeerde uitkering;
- het pensioen aankopen bij de huidige aanbieder of bij een andere aanbieder;
- pensioenen van verschillende aanbieders samenvoegen of juist niet.

En hoogst waarschijnlijk komt er in de loop van 2024 nog één optie bij:

- Een bedrag ineens opnemen (max 10% van het pensioenvermogen).

Dat is een flinke optielijst! En voor iemand die zijn hele leven bij één werkgever heeft gewerkt en die die financieel goed onderlegd is, valt het misschien nog wel mee. Maar voor iemand met meer dan twee verschillende pensioenuitvoerders en weinig financiële kennis, is er bijna geen doorkomen aan.

Nu zullen de meeste mensen zeggen: “Het is toch mooi dat er zoveel mogelijkheden zijn, dat geeft iedereen de mogelijkheid om het zo te regelen zoals als hij of zij het zelf wil?”

Dat klopt en daar ben ik het helemaal mee eens. Alleen, het maken van de juiste keuze is niet zo makkelijk en als je éénmaal gekozen hebt, dan ligt het vast. Je kunt er niet meer op terugkomen! Het is dus belangrijk om direct de goede keuze te maken. Echter wat de juiste keuze is, dat is niet vooraf te zeggen. Dat hangt helemaal af van de individuele situatie van de betreffende pensioengerechtigde. Zo kan een uitkering van een bedrag ineens bij aanvang van het pensioen voor de één prachtig zijn, terwijl het voor een ander betekent dat zijn recht op huur- en zorgtoeslag vervalt. Het is daarom erg belangrijk dat mensen goed geadviseerd worden voordat zij met pensioen gaan. Zodat ze de gevolgen van hun keuzes kunnen overzien.

Goed advies kost echter geld en niet iedereen kan zich dat veroorloven. Gelukkig zijn er steeds meer werkgevers die deze problematiek begrijpen en hun verantwoordelijkheid pakken, door pensioenadvies open te stellen voor hun bijna pensioengerechtigde werknemers.

Ben je werkgever en wil je jouw werknemers helpen met deze problematiek? Neem gerust contact met mij op!

www.pensionatwork.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



BUSINESS EMPOWERMENT TIJDENS BIJENKOMST DAMESZAKEN

Dit event wil je echt niet missen. Pak je agenda erbij en noteer dit event met hoofdletters in je agenda. Op donderdag 26 oktober worden wetenschap en mode samengebracht tijdens het 'Business Empowerment' event van Dameszaken bij Blijdesteijn Mode in Tiel.

OVER DRS. JIKKIE HAS

Hoe zorg je ervoor dat je zelfverzekerd blijft ook wanneer het echt even tegenzit? Hoe kom je naar dat volgende level? Jikkie gaat het ons vertellen en neemt haar (wetenschappelijke) inzichten mee in een lezing die ons in beweging gaat krijgen. Geen rauwe kost, maar praktische tricks en tips die je helpen om Zakelijk Zelfvertrouwen te bouwen. Met haar specialisatie in vrouwelijk leiderschap zijn haar lezingen uitermate geschikt voor vrouwen die meer uit hun carrière willen halen. Iedere deelnemer gaat naar huis met waardevolle inzichten en handvatten.

OVER ANNE-EVA VAN BLIJDESTEIJN

Anne-Eva is eigenaar van Blijdesteijn Mode. Ze geniet ervan mensen mooier te maken en in hun kracht te zetten. Anne-Eva gaat ons alles vertellen over de huidige modetrends en hoe die door te vertalen zijn naar verschillende (zakelijke) settings, zodat je ook met je outfit een boost kan geven aan je zakelijk zelfvertrouwen.

WAAR VINDT DIT EVENT PLAATS?

Waar beter dan een plek waar al ruim 190 jaar de meest stijlvolle en eigentijdse looks worden gecreëerd? Dat is natuurlijk bij Blijdesteijn Mode in het centrum van Tiel. Parkeren kan bij de Oude Haven en Poort van Santwyck. Let op: dit is in verband met koopavond wel betaald. De bijeenkomst duurt van 17.30 tot 21.00 uur.

Boost je Zakelijk Zelfvertrouwen en meld je snel aan voor ons event. Voor €49,50 excl. btw ben je erbij! Meer informatie/aanmelden: www.dameszaken.com




WOOIJSEHOF
 uw zakelijke beleving op maat!

VERGADEREN
ONTMOETEN
INSPIREREN
SPARREN
TRAINEN



www.wooijsehof.nl
 Herpen, Noord-Brabant

**LANDELIJKE & EXCLUSIEVE
 VERGADERLOCATIE**



UNIEKE VERGADERBELEVING IN LANDELIJKE OMGEVING

In het levendige en gemoedelijke buitengebied van Herpen, dicht bij de snelweg en het treinstation van Ravenstein, ligt Wooijse Hof. Wie op zoek is naar een kleinschalige, sfeervolle en landelijke locatie om te vergaderen, (meerdaagse) trainingen te geven of een inspirerende heidag te beleven is hier aan het juiste adres.

Wooijse Hof is een familiebedrijf dat wordt gerund door twee jonge ondernemers met passie voor maatwerk, lokale voeding, natuur en events. Op deze inspirerende vergaderlocatie wordt door eigenaren Joep en Anke van Grunsven bij voorkeur samengewerkt met lokale leveranciers en producten. "Ons gastvrije team staat voor de gasten klaar,

evenals de koffie en Brabantse lekkernijen!", aldus een enthousiaste Anke. "De gehele dag kan worden verzorgd met verse lokale lekkernijen, bij voorkeur verantwoorde opties, zoals een 0.0 borrel. Tevens is fruit een standaard onderdeel van de arrangementen."

PRIVÉ VERGADEREN

Bij Wooijse Hof kan de gehele locatie afgehuurd worden voor zakelijke bijeenkomsten. "Je beschikt dan over de landelijke vergaderzaal in combinatie met een deel van de tuin, boomgaard en de overdekte zitkuil", vertelt Anke. "De vergaderruimte is waar nodig in twee delen af te sluiten, als zijnde break-out room, met elk een eigen beeldscherm en de benodigde vergaderfaciliteiten. De locatie is exclusief voor de groep beschikbaar en heeft een capaciteit tot zo'n twintig personen."

In de zomer kan er ook gebruik gemaakt worden van de boomgaard. "Hier kun je in alle rust met jouw collega's sparren", zegt Anke. "Is het wat kouder buiten, dan kun je gewoon binnen in de authentieke boerenschuur plaatstnemen. Ook erg gezellig, bij de kachel! Wil je na het vergaderen nog

even borrelen en een hapje eten? Ook daar kan voor gezorgd worden."

Bij Wooijse Hof kunnen volgens Anke tal van leuke activiteiten worden georganiseerd, waarbij tevens gewerkt wordt met lokale partners. "Denk bijvoorbeeld aan boerensolex, een (quiz) spel, stepverhuur of een afsluitende kookworkshop. Wil je een frisse neus halen? Ga dan voor de verzorgde wandelroute door de natuur."

OVERNACHTEN

Ook overnachtingen behoren tot de mogelijkheden bij de Wooijse Hof. "Wat zeker een uitkomst kan bieden bij een tweedaagse vergadering of training", licht Anke toe. "Het is bijvoorbeeld mogelijk om bij nabijgelegen accommodaties te verblijven. Hierin denkt het team ook graag met de klant mee. Persoonlijke service staat bij het team van Wooijse Hof voorop. Vol passie en met zorg staan we klaar voor zakelijke belevingen op maat!"

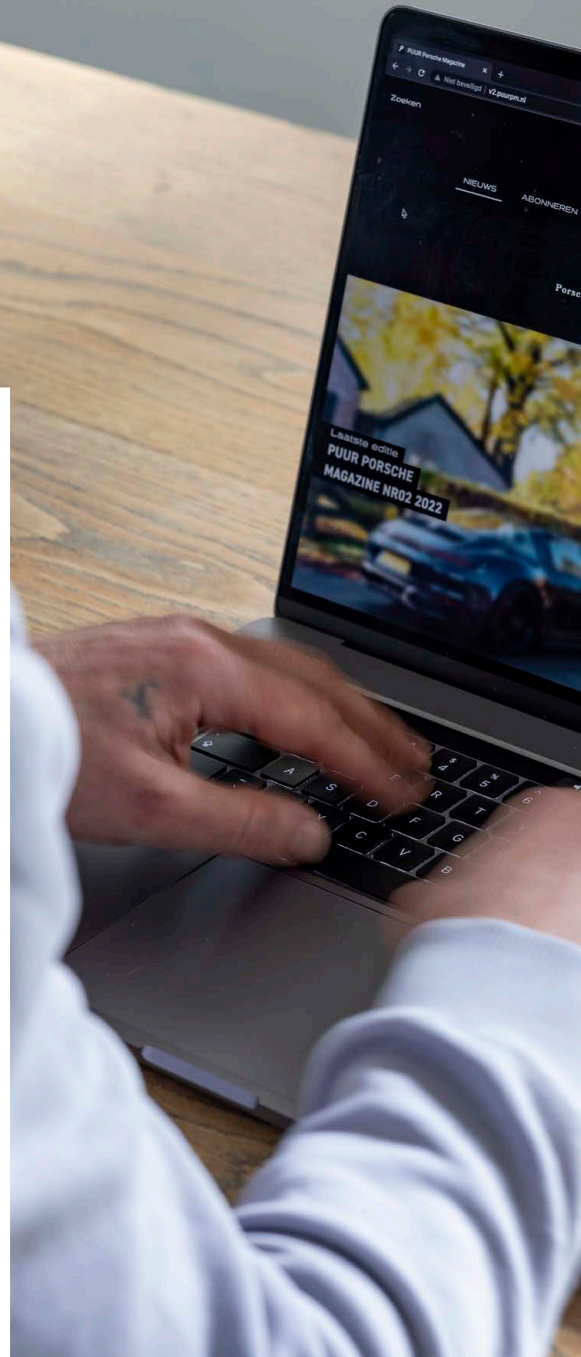
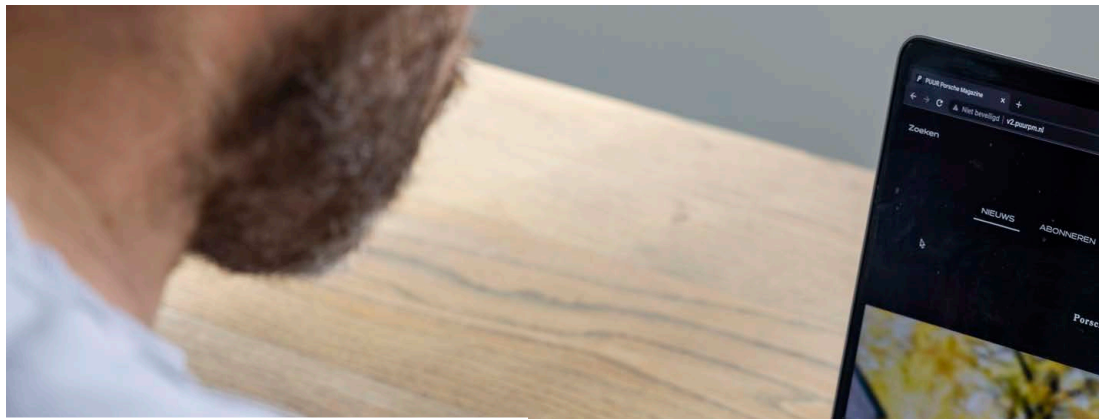
Meer over bovenstaande lees je op de website van Wooijse Hof www.wooijsehof.nl. Vrijblijvend reserveren gaat gemakkelijk via de reservermodule of per mail. Telefonisch is de locatie bereikbaar via 0627238351.

**'VOL PASSIE
EN MET ZORG
STAAN WE KLAAR
VOOR ZAKELIJKE
BELEVINGEN OP
MAAT'**

WAT MAAKT WOUIJSE HOF UNIEK?

- De gehele locatie exclusief tot uw beschikking
- Kleinschalig en sfeervol vergaderen – capaciteit tot 20 personen
- Van alle gemakken en vergaderfaciliteiten voorzien
- Landelijk - connectie met natuur
- Sfeervolle ruimte, tuin/boomgaard & overdekte zitkuil
- Lokale lekkernijen
- Persoonlijke service & Brabantse gastvrijheid
- Centrale ligging tussen 's-Hertogenbosch en Nijmegen (dichtbij snelweg A50 en treinstation)

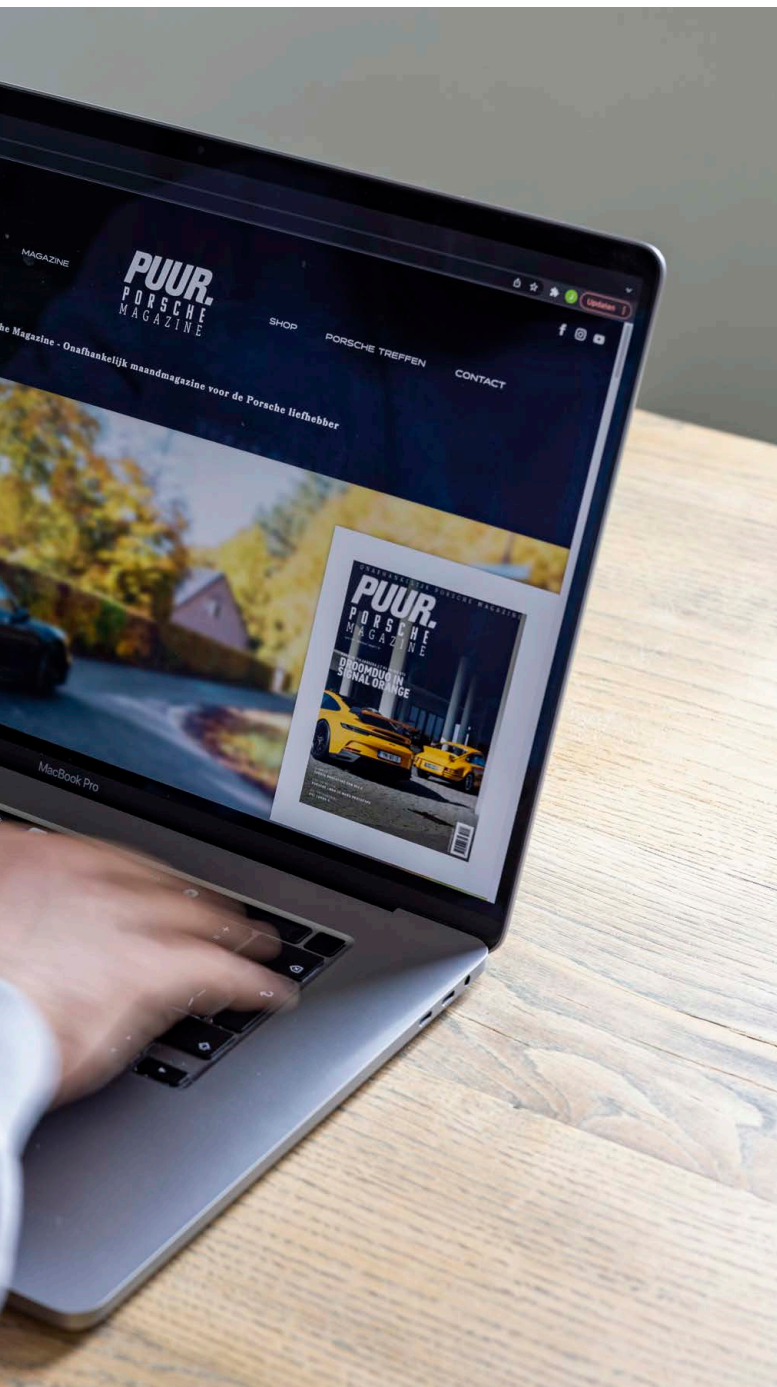




VAN MUNSTER MEDIA FACTORY

ONE-STOP CONTENTFABRIEK

De Van Munster Media Groep houdt zich al jarenlang bezig met het vervaardigen en uitgeven van consumenten- en vakbladen, het bouwen van websites en -shops en eigenlijk alles wat met tekst en beeld te maken heeft. Omdat de vraag vanuit externe bedrijven op dat gebied maar bleef groeien, is vier jaar geleden de Van Munster Media Factory (VMMF) opgericht. Een bedrijf met alle disciplines onder één dak, dat is gespecialiseerd in het creëren en beheren van media in de breedste zin van het woord. “We zijn veel meer dan een standaard reclamebureau”, aldus directeur Michael van Munster.



Waar het voor de Van Munster Media Groep ooit begon met ‘alleen’ het maken en uitgeven van consumenten- en vakbladen, zijn de werkzaamheden door de jaren heen flink uitgebreid. Naast ‘papier’ kwam ‘digitaal’ en dat bracht volop nieuwe kansen en speelvelden met zich mee. Uiteraard werd voor de eigen merken volop content gemaakt in zowel woord als beeld, maar ook andere bedrijven schakelden steeds vaker de diensten van het Nijmeegse bedrijf in. “Niet alleen om teksten te schrijven en bijbehorende fotografie te verzorgen, maar steeds vaker ook om complete huisstijlen, marketingplannen, websites of webshops te ontwikkelen én maken”, vertelt directeur Michael van Munster desgevraagd. “Alles wat we samen met de klant bedenken, kunnen we vervolgens namelijk daadwerkelijk in eigen huis realiseren.”

VAN BEGIN TOT EIND

De term ‘one-stop shop’ klinkt soms bijna als een dooddoener, maar is wel de omschrijving die precies omvat wat VMMF is op het gebied van het creëren en beheren van media. “We kunnen onze opdrachtgevers helpen met elke gewenste media-uiting, of het nu online of offline is”, legt Van Munster uit. “Onze tekstschrijvers, webdevelopers, marketingexperts en grafische creatievelingen denken mee met onze klanten. Samen met die klanten bepalen ze welke middelen het beste passen bij de doelstellingen en hoe de concurrentiepositie het best versterkt kan gaan worden. Dat kan van heel klein, het ontwerpen van een logo of het schrijven van een tekst bijvoorbeeld, tot heel groot. We hebben namelijk al diverse bedrijven begeleid vanaf het allereerste begin tot het succesvolle bedrijf van nu.”

ALLES ONDER ÉÉN DAK

Het team van VMMF kan bogen op een karrevracht aan ervaring. Voor de uitgeverstak van de Van Munster Media Groep wordt al meer dan vijftien jaar lang content gemaakt voor magazines, online platforms en externe bedrijven. Dat laatste is de afgelopen jaren flink gestegen. “Opdrachtgevers kunnen voor veel verschillende zaken bij ons terecht. Ontwerp, fotografie, tekst, webdesign en websitebouw, online marketing, mediaplanning, drukwerk, video... maar ook voor het beheer of een analyse van je social media kanalen kun je bij ons aankloppen”, legt Van Munster uit. “Wat dat betreft zijn we veel meer dan een standaard reclamebureau. We hebben letterlijk alle disciplines onder één dak zitten en kunnen dus bijzonder snel schakelen en creatieve ideeën omzetten in tastbare en zichtbare resultaten.”

WEBDEVELOPMENT

Naast het echte ‘content creëren’ groeit VMMF ook flink verder op het gebied van webdevelopment. “Daarmee bedoelen we feitelijk alles wat met internet te maken heeft”, geeft Van Munster aan. “Of het nu een eenvoudige website is voor een lokale hobbyclub, een uitgebreid en geautomatiseerd handelsplatform of alles daar tussenin, we kunnen het allemaal verzorgen. Onze ontwikkelaars hebben tientallen jaren ervaring, hebben het begin van het internet nog meegemaakt. Zo loop je als opdrachtgever dus nooit achter de feiten aan.”

Meer informatie is te vinden op www.vanmunstermedia.nl



DANIEL SEESINK (BEWUST ZOO)

is naast spreker over apengedrag binnen managementteams ook maker van de podcast Over Vertrouwen Gesproken. In februari lanceerde hij de podcast '20 minuten voor aap', waarin hij managers en directeuren een gedragsspiegel zal voorhouden. Wie durft? Neem contact op via daniel@bewustzoo.nl.

ZEG MAAR JA

Wat hoor je vaker: ja of ja, maar? Je zou er voor de grap eens op moeten letten. Dat ene woordje maar dat de ander toevoegt, geeft echter wel een lading mee die weinig vertrouwen in jouw richting uitspreekt. Let er maar eens op wanneer iemand het tegen je zegt. Die maar zet jou op scherp, want wat volgt kan er zomaar voor zorgen dat je in een discussie verwickeld raakt die je niet had zien aankomen. Voordat je er erg in hebt, volgen er voorwaarden waaraan moet worden voldaan. Een directe ja maakt het voeren van een gesprek dus een stuk eenvoudiger.

Net voordat de tropische nazomer aanbrak, heb ik volmondig - en zeker zonder maar - JA gezegd tegen mijn kort daarvoor nog aanstaande vrouw. In het bijzijn van ons gezinnetje, vrienden en familie keken wij elkaar diep in de ogen en spraken die voor dat moment oh zo belangrijke letters uit. Onze kinderen hamerden samen met de trouwambtenaar af. Onze burgerlijke status als man en vrouw was een feit. En daar kwam nog heel wat bij kijken. Wat er voor nodig is om in een leuke setting op een mooie locatie ja tegen elkaar te kunnen zeggen, bleek in de maanden ervoor. Je denkt bij jezelf, een jaar is wel genoeg om alles te organiseren, toch? En inderdaad, een jaar was lang genoeg, maar het had ook zeker niet veel korter moeten zijn. Van locatie tot ringen, van kleding tot tafelschikking en van bloemwerk tot live muziek. Wat komt er een hoop bij kijken. Na een jaar voorbereiden en na het maken van heel veel keuzes en inschakelen van tal van leveranciers was de grote dag dan eindelijk daar. Voordat wij ja tegen elkaar zeiden, hebben we goed kunnen oefenen. Vele keren hebben wij ja gezegd tegen alle mensen die onze dag mede tot een onvergetelijke hebben gemaakt.

Ben je er zelf wel bewust van of en hoe vaak je ja, maar zegt? En zeg je dat dan omdat je meent het beter te weten, omdat je alle opties open wilt laten of omdat je het per definitie niet meteen met iemand eens wilt zijn? Let dan eens goed op de lichaamstaal van je gesprekspartner. Die verradt door kleine veranderingen in de gezichtsuitdrukking veel over wat de maar met diegene doet. De meest voor de hand liggende non-verbale reactie is de voorzichtige glimlach. Het optrekken van de mondhoeken en het tonen van de bovenste tanden maakt duidelijk dat de ander enige afstand neemt, maar wel de toenadering blijft zoeken. Het zet je op het spoor dat de ander op zijn hoede is. Een ander signaal komt van het fronsen of naar beneden trekken van het binnenste deel van de wenkbrauwen. Heb je ja, maar gezegd? En had je dat door? Let er maar eens op.

Hoe zou mijn vrouw gereageerd hebben wanneer ik geen JA, maar JA MAAR had gezegd? Haar brede glimlach betekende op deze dag alles behalve twijfel. En dat is geheel wederzijds.

Ik ben blij dat ik JA gezegd heb.

Ad hoc reclame *doodzonde*

GOUD  KOBALT

SCAN VOOR
GRATIS MERKADVIES

Voorkom ad hoc reclame en fatale missers. Versterk je merk met een doordachte aanpak. Ontwikkel een duidelijke marketingstrategie, handhaaf een consistente merkboodschap en plan je marketingactiviteiten. Alleen dan komt je merk tot zijn recht. Dat verdient het, vinden wij.

Is jouw merk toe aan meer structuur? Met een sterk jaarplan zetten we onze tanden in je merk en laten we pas los als je er zelf mee verder kunt. Als jij het aandurft, zijn wij er klaar voor.



Uw uitzendpartner voor
Midden-Nederland!



SprintWerkt

UITZENDGROEP



SprintWerkt
UITZENDGROEP

SprintWerkt - Bonegraafseweg 6, 4051 CH - Ochten
+31 (0)488 441688 - www.sprintwerkt.nl - info@sprintwerkt.nl