

BUSINESS

ONDERNEMERSPLATFORM VOOR DE REGIO STEDENDRIEHOEK, NOORD-VELUWE, RAALTE EN LOCHEM



LOOR LEGAL & PARTNERS

**'PRIVATE EQUITY IN
HET MKB IS HERE TO STAY'**

(ERVAREN) IMAGO VAN EEN BEDRIJF STEEDS BEPALENDER

OVER FAILLISSEMENTEN: 'CASH IS KING'

Musical, dinnershow of concert?
Een onvergetelijk moment
met jouw bedrijf, familie
of vrienden.

Disney's AIDA

AFAS Circustheater, Scheveningen

Disney's AIDA komt naar Nederland, vol passie en energie! Laat je meeslepen door dit aangrijpende verhaal over macht, liefde en verraad. AFAS Circustheater Scheveningen biedt tal van mogelijkheden. Denk aan een feestelijk ontvangst met een borrel of een buffet. Voor bedrijven kan de bedrijfsnaam vermeld worden in het theater en er zijn diverse ruimtes die te gebruiken zijn voor bijvoorbeeld een presentatie, waarna jouw gasten aansluitend van de show kunnen genieten.

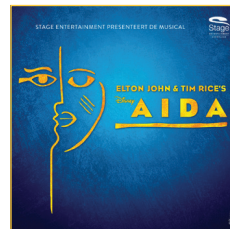


Foto: Guido Pijper



Foto: Nathan Reinds

Dinnershow Grandeur

Studio 21, Hilversum

De grootste dinnershow van Nederland is terug in Studio 21. Een show met prachtige kostuums, fantastische artiesten en heerlijk eten! Een avond vol glitter en glamour. Voor uw relaties, uw personeel of uw familie. Tijdens het 4-gangen diner met bijpassend drankenarrangement verzorgd door Maison van den Boer, genieten de bezoekers van een wervelende show met het Grandeur live orkest.

Holland Zingt Hazes

Ziggo Dome & Restaurant Soundbites, Amsterdam

Holland Zingt Hazes – van iedereen, voor iedereen – Nederland houdt van André Hazes. Het grootste meezingconcert van Nederland voor een onvergetelijke avond. Alle grote Hazes-hits, geweldige artiesten en 15.000 bezoekers die elke avond genieten... Kortom: één groot feest! Eventim werkt samen met Soundbites, een locatie boven de entree van Ziggo Dome en samen bieden we diverse borrel- en dinerarrangementen aan speciaal voor jouw gezelschap.





Zakenmagazine voor de regio
Stedendriehoek, Noord-Veluwe,
Raalte en Lochem.

JAARGANG 37
Januari 2024, editie 6

REDACTIE ADRES
MVM Productions BV, Postbus 6684,
6503 GD Nijmegen

Kerkenbos 1075H,
6546 BB Nijmegen
Tel. (024) 373 8505,
Fax (024) 373 0933
info@vanmunstermedia.nl

UITGEVER
Michael van Munster

SALES MANAGER
Imke Emons

Hoofredactie
Guus Hetterscheid

REDACTIE BIJDAGEN
Wilma Schreiber, Aart van der Haagen

VORMGEVING / opmaak
Ton van Zoest, Jan-Willem Bouwman

DRUK
Bal Media

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
VM Sales en Support B.V.

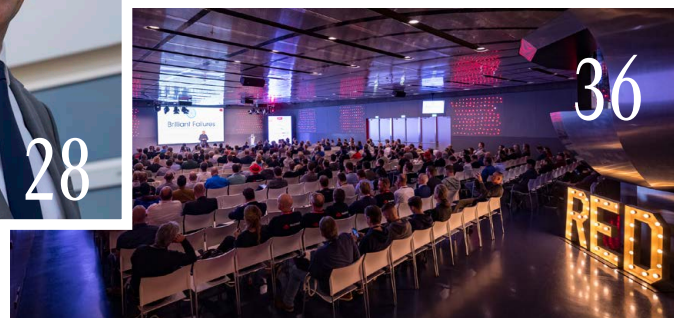
Kerkenbos 1075H, 6546 BB Nijmegen
Tel. (024) 373 8505, Fax (024) 373 0933
info@vanmunstermedia.nl

ABONNEMENTEN
Abonnementen kunnen op elk gewenst
tijdstip ingaan met een looptijd tot
31 december en worden automatisch
verlengd tenzij de abonnee uiterlijk
voor 31 oktober schriftelijk opzegt.
Abonnementsprijs per jaar 55 euro

Copyrights
Het auteursrecht op de in dit tijdschrift
verschenen artikelen wordt door de uit-
gever voorbehouden. Hoewel de infor-
matie gepubliceerd in deze uitgave zorg-
vuldig is uitgezocht en waar mogelijk
gecontroleerd, sluiten de uitgever en de
redactie uitdrukkelijk iedere aansprake-
lijkheid uit voor eventuele onjuistheden
en/of onvolledigheid van de verstrekte
gegevens.

© 2023 Overname van artikelen is slechts
mogelijk na verkregen schriftelijke toe-
stemming van de uitgever

Website
www.driestedenbusiness.nl



- 4** Loor Legal & Partners
- 9** Cybersecurity in 2024
- 11** Verduurzamen met elektrificatie en digitalisatie
- 12** (Ervaren) imago van een bedrijf steeds bepalender
- 15** Column The LiveLab Company
- 17** Omscholing naar IT en Finance
- 18** Netwerken vormen, ketens sluiten
- 21** SaMe Advies & Coaching
- 22** Over faillissementen: 'Cash is king'
- 25** Modern klantcontact
- 26** Women & Business
- 28** HR in 2024
- 30** Techniek Nederland schaakt op vele borden
- 35** Vitaliteit op de werkvloer
- 36** Koninklijke Jaarbeurs
- 39** HR-professionals 'niet op de hoogte'
- 40** Business uitbreiden in 2024

A professional portrait of Ernest Loor van Loor, a middle-aged man with light brown hair, smiling. He is wearing a dark navy blue suit jacket, a white dress shirt, and a patterned tie with small red and blue geometric shapes. The background is a soft-focus interior with light-colored walls and a window with sheer curtains.

4

LOOR LEGAL & PARTNERS

‘PRIVATE EQUITY IN HET MKB IS HERE TO STAY’

De ontwikkeling van private equity investeringen in het MKB opent nieuwe deuren voor ondernemers in onze regio die streven naar groei en succes. Dat zegt Ernest Loor van Loor Legal & Partners uit Apeldoorn. Loor Legal & Partners is een advocatenkantoor gespecialiseerd in ondernemingsrecht en is een betrokken en deskundige partner bij overnames

Het Financieele Dagblad sloot 2023 af met de krantenkop dat Europa economisch verder op achterstand raakt bij de Verenigde Staten. Een van de oorzaken hiervan is dat kleine snelgroeiende bedrijven in Europa moeilijker aan kapitaal komen dan in de VS. Het is een bekend probleem waar ook ondernemers met een solide bedrijfsmodel en groeipotentieel tegen aan kunnen lopen.

“Een investeringsmaatschappij (‘private equity’) aan boord halen is dan niet het eerste waar een ondernemer aan denkt”, aldus Ernest Loor, advocaat en eigenaar van Loor Legal & Partners. “Terwijl private equity naast kapitaal ook expertise, operationele efficiëntie en strategisch advies inbrengt om de doelstellingen van de onderneming te kunnen realiseren”.

REGIONAAL

Het afgelopen decennium is het landschap van private equity investeringen in het MKB sterk geëvolueerd. “Ook in onze regio is private equity aan een sterke opmars bezig”, merkt Loor op. “Waar deze investeringen ooit voornamelijk werden gezien in grote ondernemingen, hebben investeringsmaatschappijen nu hun aandacht verlegd naar het MKB. Gelderland en Overijssel kennen veel prachtige bedrijven die worden geleid door directeuren/eigenaren met ondernemerszin. Dit wordt opgemerkt door private equity dat het potentieel van kleine en middelgrote ondernemingen om waarde te genereren erkent.”

Niet alleen Nederlandse investeringsmaatschappijen, ook buitenlandse investeringsmaatschappijen weten steeds vaker hun weg te vinden in het Nederlandse ondernemingslandschap. Een aanjager voor investeringen in Nederland door buitenlandse investeringsmaatschappijen vormt de flexibiliteit van het Nederlandse vennootschapsrecht. Het Nederlandse recht geeft de aandeelhouders en bestuurders van de onderneming veel ruimte om de vennootschapsstructuur naar eigen voorkeur in te richten. De mogelijkheid om maatwerk oplossing in de vorm van specifieke rechten en verplichtingen op te nemen in de statuten van een vennootschap, maakt het voor buitenlandse partijen aantrekkelijk om te investeren in Nederlandse ondernemingen.

Het aantal investeringsmaatschappijen is de afgelopen tien jaar exponentieel gegroeid en de ontwikkeling van private equity investeringen in het MKB opent nieuwe deuren voor ondernemers in onze regio die streven naar groei en succes. “Private equity in het MKB is here to stay”, zegt Loor. “De voordelen, waaronder kapitaalinjectie, operationele expertise en strategisch advies, maken het verkopen aan een investeringsmaatschappij aantrekkelijk.”

VOORBEELDEN

“Het meest voor de hand liggende voordeel is de beschikking over kapitaal”, stelt Loor. “Kapitaal is ten slotte de smeermolie voor be-

drijven om te kunnen groeien. De coverstory van de vorige editie van Driesteden BUSINESS ging over ‘smart energy hubs’ en de kans en uitdaging voor Oost-Nederland op dit vlak. Uit dit artikel werd duidelijk dat de investeringsbereid van de ondernemers één van de belangrijkste uitdagingen vormde voor de realisatie van dit project. Private equity kan in dit specifieke geval uitkomst bieden. Het kapitaal dat een investeringsmaatschappij ter beschikking stelt kan worden gebruikt voor uitbreiding, innovatie, schuldaflissing of andere strategische doeleinden, zoals de energie transitie, waardoor het bedrijf zijn groeipotentieel en concurrentiepositie voor de langere termijn kan maximaliseren.”

“Uit het eerder verschenen artikel over greenwashing kwam naar voren dat ook MKB ondernemers hun bedrijfsvoering hierop moeten inrichten en zich daar onvoldoende van bewust zijn. Een private equity partij kan heel nuttig zijn bij het implementeren van de regelgeving rondom greenwashing binnen het bedrijf. Investeersders in private equity brengen vaak waardevolle operationele expertise met zich mee. Dit kan variëren van het stroomlijnen van bedrijfsprocessen tot het optimaliseren van de supply chain. Ondernemers profiteren van deze expertise om hun bedrijfsactiviteiten te verbeteren en efficiënter te worden.”

“En in het artikel uit de editie van november 2023 over de gevolgen van de demografische verandering voor de arbeidsmarkt, volgt dat er de komende jaren zeker in onze regio fors geïnvesteerd moet worden in personeel. Een private equity partij kan de ondernemer ook op dit punt ontzorgen. Door hun brede ervaring en marktkennis kunnen zij waardevol advies geven bij het nemen van belangrijke beslissingen, zoals uitbreiding naar nieuwe markten, productontwikkeling, fusies en overnames of personeelsbeleid”, aldus Loor.

De advocaat en eigenaar van Loor Legal & Partners stelt dat private equity partijen van nut kunnen zijn bij een professionaliserings-slag om de ondernemersuitdagingen zoals beschreven in bovengenoemde drie artikelen van Driesteden Business het hoofd te kunnen bieden. Investeringsmaatschappijen hebben het kapitaal en de investeringsbereidheid die nodig zijn om snel noodzakelijke impactvolle transitie door te voeren, maar zijn afhankelijk van de ondernemer met zijn kennis en ervaring van de markt. Bij een goede samenwerking ontstaat er dus een win-win situatie.

VERKOOPPROCES

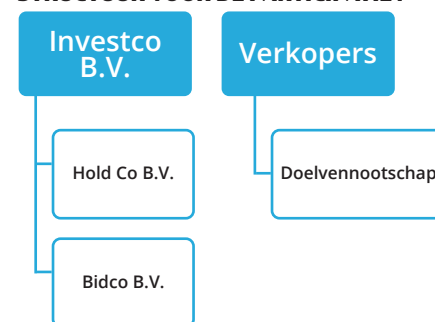
Loor legt uit hoe een (gedeeltelijke) verkoop aan een private equity partij er doorgaans uitziet. “Investeringsmaatschappijen hebben het kapitaal en de investeringsbereidheid die nodig zijn om snel noodzakelijke impactvolle transitie door te voeren, maar zijn afhankelijk van de ondernemer met zijn kennis en ervaring van de markt. Bij een goede samenwerking ontstaat er dus een win-win situatie.

rollover herinvestering door de verkoper(s) is gebruikelijk geworden in de Nederlandse overnamemarkt. Dit houdt in dat de betreffende investeringsmaatschappij de verkoper(s) vraagt om een gedeelte van de verkoopopbrengst te herinvesteren in de te verkopen onderneming.”

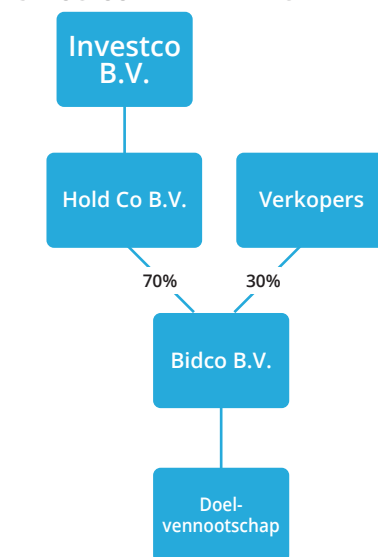
“Acquisities worden hoofdzakelijk gestructureerd middels een stapel van drie of vier B.V.’s die door de investeerder worden opgericht (investeringsvennootschap – holdingvennootschap – kopende entiteit (‘bidco’) of investeringsvennootschap – holdingvennootschap – tussenholding- bidco). De belangrijkste redenen voor een dergelijke vennootschapsstructuur zijn van financiële- en fiscale aard, beperking van aansprakelijkheid en de latere exit strategie”, vertelt Loor.

“De kopende entiteit ‘Bidco’ tekent de aandelenkoopovereenkomst (de ‘SPA’) met de verkoper(s) en verkrijgt de aandelen in de doelvennootschap. Schuldfinanciering wordt extern aangetrokken door Bidco en een pandrecht op alle aandelen in Bidco wordt verstrekt aan de leningverstrekkers als zekerheid voor de terugbetaling van de lening.”

STRUCTUUR VÓÓR DE PARTICIPATIE:



STRUCTUUR NA DE PARTICIPATIE:





EEN VOORBEELDPLAATJE TER VERDUIDELIJKING:

SPECIALE AANDACHTSPUNTEN

Bij elke koop/verkoop transactie van een bedrijf zullen de verkoper en koper onderhandelen over het opnemen van bepaalde voorwaarden, garanties en vrijwaringen in de SPA, zegt Loor. "Garanties kunnen worden onderverdeeld in fundamentele, zakelijke en fiscale garanties, en meestal wordt er een belastingvrijwaring opgenomen. Vaak wordt ook opgenomen dat de koper geen beroep kan doen op de garanties als de koper voorafgaand aan het tekenen van de SPA op de hoogte was of door (nader) onderzoek had behoren te zijn, van het inbreukmaken-de feit. Transacties met investeringsmaatschappijen vormen geen uitzondering op deze uitgangspunten, maar daarnaast zijn er nog onderwerpen die met name bij transacties met private equity partijen speciale aandacht verdienen."

Een overzicht van deze aandachtspunten:

- Proces: investeerders zijn professionals met veel ervaring op het gebied van aankoop en verkoop van ondernemingen. Een voordeel van onderhandelingen met een investeringsmaatschappij is dat ze

doorgaans meer dealzekerheid kunnen garanderen dan andere partijen en snel kunnen schakelen. Daar staat tegenover dat een ondernemer die benaderd wordt door een investeringsmaatschappij zich er goed bewust van moet zijn dat belangrijke piketpalen vaak al in een vroeg stadium van de onderhandelingen door de investeringsmaatschappij worden geslagen en de ondernemer als gevolg van een kennisachterstand al snel de onderliggende partij in de onderhandelingen is.

- Leverage: de hefboomwerking, ook wel bekend als "leverage" in het Engels, is een essentieel kenmerk van private equity transacties. Het verwijst naar het gebruik van geleend geld om een investering te financieren met als doel het rendement voor de eigen vermogen verschaffers te vergroten. In het geval van private equity worden doorgaans aanzienlijke hoeveelheden vreemd vermogen gebruikt naast het eigen vermogen van de investeerders om de totale investering in een bedrijf te financieren. Een simpel voordeel ter verduidelijking.

Voorbeeld 1: stel ik koop een bedrijf voor 100 en betaal de koopsom van 100 volledig

uit eigen middelen. Vijf jaar later verkoop ik het bedrijf voor 200. Mijn inleg van 100 is dus in vijf jaar verdubbeld naar 200.

Voorbeeld 2: stel nu dat ik de koopsom van 100 niet volledig uit eigen middelen betaal: ik leg zelf 20 in en leen de resterende benodigde 80 bij een bank tegen een rente van 6%. Na vijf jaar moet ik de bank 100 terugbetalen (geleende hoofdsom van 80 plus opgebouwde rente over de uitstaande hoofdsom). Net als in voorbeeld 1 verkoop ik het bedrijf voor 200. Uit die verkoopopbrengst moet ik eerst de bank 100 terugbetalen. Er blijft dan dus 100 over op een investering van 20. Waar onze investering in voorbeeld 1 maar 1 x 'over de kop' is gegaan is onze investering in voorbeeld 2 maar liefst 5 x 'over de kop' gegaan. Dit wordt ook wel de hefboomwerking genoemd.

Hoewel hefboomwerking de potentie heeft om het rendement te vergroten, brengt het ook financiële risico's met zich mee. Investeringsmaatschappijen verlangen – naast een herinvestering – vaak ook dat de verkoper(s) als bestuurders aanblijven. Het is essentieel voor verkoper(s) die bij private equity investeringen als bestuurders aanblijven om zorgvuldig mee te kijken hoeveel hefboomwerking de betreffende private equity partij

wenst gebruiken en hoe deze de financiële stabiliteit en groeikansen van het bedrijf kunnen beïnvloeden. Als het bedrijf niet presteert zoals verwacht, kan het moeilijker zijn om aan de rente- en aflossingsverplichtingen van het vreemde vermogen te voldoen, wat het risico op verlies vergroot. De verkoper die herinvesteert moet vooraf, dus tijdens de onderhandelingen, op de hoogte worden gehouden van de financieringsaanvragen en als voorwaarde stellen dat de financieringsaanvraag ook conveniënt moet zijn voor de verkoper die immers - als herinvesteerder - ook koper is. Als later blijkt dat het bedrijf in de financiële problemen komt als gevolg van een te zware schuldenlast, kan het bestuur (lees: de verkoper(s)) hiervoor aansprakelijk worden gehouden.

- **W&I verzekering:** een fenomeen dat je vooral terugziet bij private equity transacties en is over komen waaien uit de VS is een zogenaamde 'warranty and indemnity' - verzekering. Een claim bij de verkopers neerleggen op grond van bijvoorbeeld een schending van een garantie, is voor elke koper na de transactie een vervelende aangelegenheid. Maar voor een investeringsmaatschappij geldt dit des te meer, omdat ze immers na de (gedeeltelijke) verkoop nog verder moeten met de verkopers en gezamenlijk eigenaar zijn van de onderneming. Wanneer een W&I-verzekering wordt gebruikt, heeft dit bepaalde gevolgen voor bepalingen in de SPA. De aansprakelijkheid van de verkoper (voor zakelijke garanties en belastingclaims) wordt beperkt tot een nominaal bedrag, meestal EUR 1, met de W&I-verzekeringspolis als enige verhaalsmogelijkheid voor dergelijke claims. Een W&I-verzekering is daarmee niet alleen een 'deal enabler' (die de onderhandelingen tussen koper en verkoper vergemakkelijkt), maar wordt ook gezien als de meest efficiënte afwikkeling van claims onder de koopovereenkomst. De W&I-verzekeringmarkt in Nederland heeft

zich de afgelopen tien jaar sterk ontwikkeld, ook wat betreft het claimproces. Een aantal jaren geleden werden er nog nauwelijks W&I verzekeringen afgesloten voor deals onder de € 50 miljoen. Tegenwoordig kan het ook al interessant zijn bij transacties van enkele miljoenen. Daarmee is deze faciliteit definitief doorgedrongen tot de MKB markt.

- **Fiscaal:** naast de hefboomwerking is de mogelijkheid om de rentelasten van vreemd vermogen af te trekken van de winst, een belangrijke 'driver' van private equity investeringen. Om de Amerikanen te citeren: 'Debt is cheaper than equity'. Naar aanleiding van het toegenomen toezicht van de Nederlandse belastingdienst op de aftrekbaarheid van rente op aandeelhoudersleningen en de invoering van extra beperkingen op renteaf trek, gebruiken investeringsmaatschappijen meestal alleen eigen vermogen en vreemd vermogen (meestal afkomstig van banken) voor de financiering van Bidco die de overname doet. Bidco zal doorgaans vreemd vermogen aantrekken en vormt samen met de holdingvennootschappen daarboven (zie figuur 2, pagina 5) een fiscale eenheid voor de vennootschapsbelasting om de rentelasten te kunnen verrekenen met de Nederlandse operationele winsten.
- **Aandeelhoudersovereenkomst:** minstens zo belangrijk als de SPA is het uitonderhandelen van de aandeelhoudersovereenkomst. De verkoper zal immers een deel van de verkoopopbrengst herinvesteren in Bidco en - meestal als minderheidsaandeelhouder - aandeelhouder worden in zijn eigen onderneming. Er zijn geen specifieke wettelijke of statutaire beschermingen voor minderheidsaandeelhouders, maar er zijn wel bepaalde fundamentele minderheidsaandeelhoudersrechten die in de markt gebruikelijk zijn om vast te leggen in de aandeelhoudersovereenkomst. Denk daarbij bijvoorbeeld aan anti-verwatering bepalingen, voor-

keursrechten, een vetorecht over materiële aandeelhoudersbesluiten, kapitaalstructuur en een stem bij benoeming van bestuurders. Daarnaast verdienen de lock-up, drag-along, tag-along en right-of-first-offer bepalingen bijzondere aandacht.

- **Exit-strategie:** Een investeringsmaatschappij heeft over het algemeen als doel om na een bepaalde periode rendement te behalen en het bedrijf te verkopen. Dit biedt ondernemers een duidelijke exit-strategie, waardoor ze kunnen profiteren van de gecreëerde waarde en hun investering kunnen verzilveren. De uitstapregelingen en de exit strategie zijn een belangrijk aandachtspunt bij het aangaan van een investering en het onderhandelen over de aandeelhoudersovereenkomst.

Conclusie

De ontwikkeling van private equity investeringen in het MKB opent nieuwe deuren voor ondernemers die streven naar groei en succes, aldus Loor. Maar houd altijd goed voor ogen dat het primaire doel van private equity is om rendement te halen. Het samengaan met een concurrent levert vaker schaalvoordelen op dan een huwelijk met een investeringsmaatschappij. Er zijn veel investeringsmaatschappijen actief op de MKB markt met ieder een eigen profiel. En hoewel winstmaximalisatie voor het leeuwendeel van private equity partijen nog steeds voorop staat, zie je ook daarin een verschuiving in de markt naar fondsen die maatschappelijke thema's zwaar meewegen bij hun investeringsbereidheid. Deze zogenaamde impactfondsen winnen terrein. Voor een ondernemer is het dus belangrijk om bij de eerste gesprekken direct duidelijk te maken welke rol hij ziet voor de investeringsmaatschappij en waaraan de ondernemer met name behoefte heeft: 'cashen' met een pre-exit of een kapitaalinjectie in het kader van verdere groei en realiseren van doelstellingen. Vaak is het combinatie van deze factoren."

Ga voor meer informatie over Loor Legal & Partners naar www.loorlegal.nl

WAT IS PRIVATE EQUITY?

Private equity verwijst naar investeringen in niet-beursgenoteerde bedrijven, waarbij investeerders kapitaal verstrekken in ruil voor aandelen of een aandeel in het bedrijf. In het geval van het MKB richten private equity-investeerders zich vaak op bedrijven met aanzienlijk groeipotentieel en een solide bedrijfsmodel. Deze investeerders brengen niet alleen kapitaal in, maar ook expertise, operationele efficiëntie en strategisch advies.

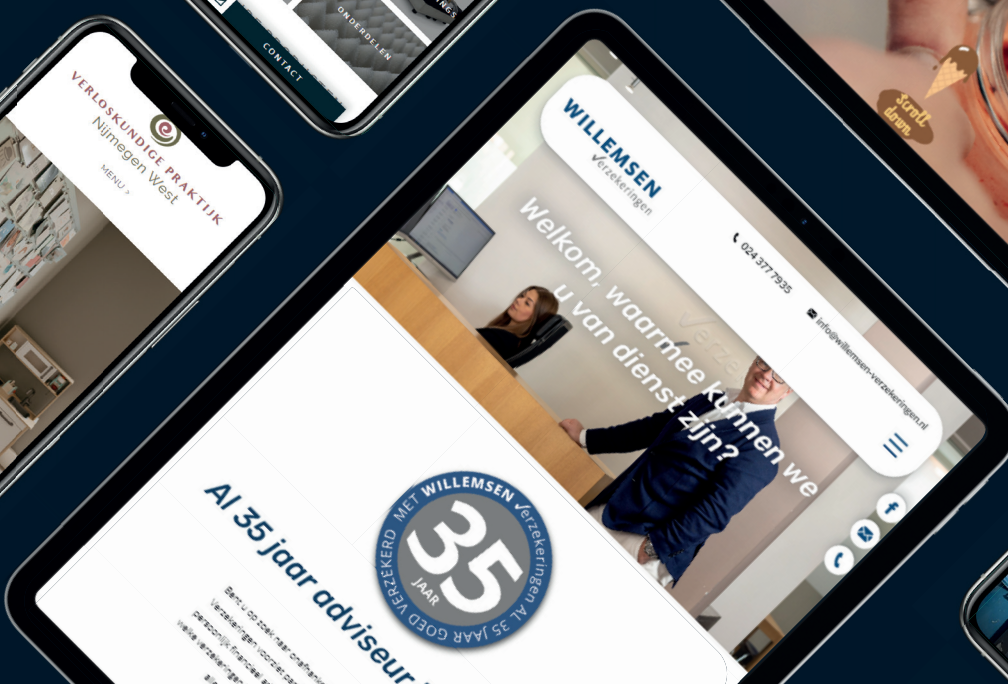
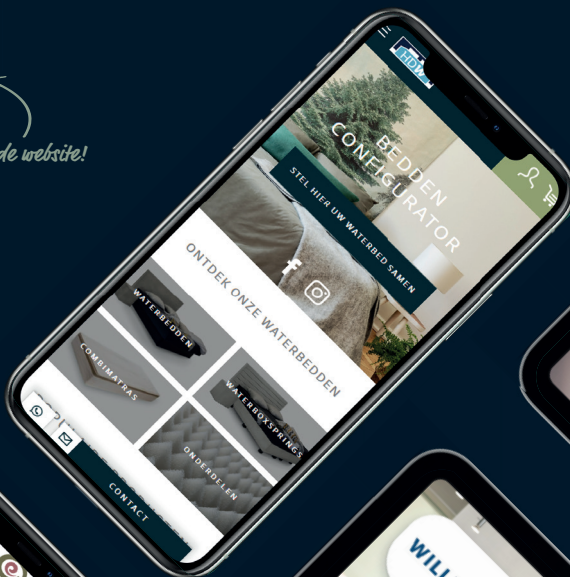


» Toe aan een nieuwe website?

Passie voor het creëren van verbluffende websites die indruk maken en resultaten opleveren.



Check de website!



CYBERSECURITY VOORSPELLING VOOR 2024: AI-GESTUURDE AANVALLEN

Trend Micro, leider op het gebied van cyberbeveiliging, waarschuwt voor de transformerende rol van generatieve AI (GenAI) in het cyberbeveiligingslandschap en de toename van geavanceerde social engineering-aanvallen en identiteitsdiefstal als gevolg van de brede beschikbaarheid van GenAI-tools.

Pieter Molen, Technical Director Benelux bij Trend Micro: "Geavanceerde large language models (LLM's) vormen een aanzienlijke dreiging omdat ze ervoor zorgen dat traditionele indicatoren van phishing, zoals een vreemde opmaak of grammaticale fouten, niet langer zichtbaar zijn. Hierdoor wordt het buitengewoon lastig om phishing-e-mails te identificeren. Organisaties moeten verder gaan dan conventionele phishing-maatregelen en -trainingen en prioriteit geven aan de invoering van moderne beveiligingsmaatregelen. Deze moderne verdedigingsmechanismen zijn niet alleen beter in het identificeren van kwaadaardige e-mails dan mensen, maar zorgen ook voor meer veerkracht tegen deze tactieken."

De brede beschikbaarheid en verbeterde kwaliteit van GenAI, in combinatie met het gebruik van Generative Adversarial Networks (GAN's), zullen naar verwachting de phishing-markt in 2024 verder ontwrichten. Door deze transformatie is het mogelijk om hyperrealistische audio- en video-content op een kosteneffectieve manier te maken, waardoor business email compromise (BEC), virtuele ontvoering en andere vormen van oplichting zullen toenemen.

De potentieel lucratieve winsten* die cybercriminelen kunnen behalen, zullen hen stimuleren om GenAI-tools verder te ontwikkelen voor criminele campagnes. Daarnaast zullen we vaker zien dat cybercriminelen legitieme tools

met gestolen inloggegevens of VPN's gebruiken om hun identiteit te verbergen.

AI/ML-MODELLEN WORDEN ZELF OOK DOELWIT

Hoewel GenAI- en LLM-datasets moeilijk te beïnvloeden zijn, zijn gespecialiseerde cloudgebaseerde machine learning-modellen makkelijker te compromitteren. De gerichte datasets waarop deze ML-modellen zijn getraind, zullen vaker doelwit worden van datavergiftigingsaanvallen, met als doel het stelen van gevoelige data of het verstoren van fraudefilters of zelfs verbonden voertuigen. Het kost tegenwoordig minder dan 100 dollar om dergelijke aanvallen uit te voeren.

Deze trends kunnen echter ook leiden tot meer toezicht door toezichhouders en een impuls geven aan de cyberbeveiligingssector om het heft in eigen handen te nemen. "Het komende jaar zal de cyberindustrie de overheid voorbijstreven wat betreft de ontwikkeling van cyberbeveiliging-specifiek AI-beleid of regelgeving", aldus Greg Young, VP cybersecurity bij Trend. "De sector gaat snel over op zelfregulering op basis van opt-in."

ANDERE OPVALLENDE VOORSPELLINGEN VOOR 2024 ZIJN:

Er is een toename van cloud-native wormaanvallen op komst, gericht op kwetsbaarheden en

verkeerde configuraties. Door een hoge mate van automatisering kunnen aanvallers met minimale inspanning meerdere containers, accounts of services beïnvloeden.

- Cloudbeveiliging is cruciaal voor organisaties om hiaten in de beveiliging van cloudomgevingen aan te pakken. Omdat cloud-native applicaties kwetsbaarder zijn voor geautomatiseerde aanvallen, zijn proactieve maatregelen waaronder robuuste verdedigingsmechanismen en grondige beveiligingsaudits noodzakelijk om risico's te beperken.

- Aanvallen op de supply chain zullen zich niet langer alleen richten op upstream open-source softwarecomponenten, maar ook op tools voor inventaris-identiteitsbeheer. Verder gaan we vaker zien dat cybercriminelen de software supply chain van leveranciers exploiteren via CI/CD-systemen, met een specifieke focus op componenten van derden.

- Aanvallen op private blockchains zullen toenemen als gevolg van kwetsbaarheden in de implementatie hiervan. Kwaadwillenden kunnen adminrechten misbruiken om vermeldingen te wijzigen, te negeren of te wissen en vervolgens losgeld te eisen. Ook zullen ze proberen de hele blockchain te versleutelen wanneer ze controle hebben over voldoende nodes.



Bescherm uzelf en uw omgeving!



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

Hygiënisch reinigen

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

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

Desinfecteren

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

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

Wilt u meer informatie of direct bestellen?



+31 (0)183 - 62 17 99

WWW.TEVAN.COM

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





NEDERLANDSE BEDRIJFSLEVEN POSITIEF OVER VERDUURZAMEN MET ELEKTRIFICATIE EN DIGITALISATIE

Nederlandse bedrijven zijn positief over de inzet van elektrificatie en digitalisatie om te verduurzamen. Dit blijkt uit onderzoek van IPSOS in opdracht van Schneider Electric, leider in de digitale transformatie van energiebeheer en automatisering. Ondanks complexe uitdagingen zoals netcongestie en investeringskosten, noemt 77% van de Nederlandse bedrijven elektrificatie en 78% digitalisering als bewezen en effectieve manieren om het energieverbruik en de CO2-uitstoot te verminderen.

11

Dit nieuwe onderzoek laat zien waar 250 Nederlandse bedrijven zich bevinden in hun duurzaamheidstraject. Onderdeel van het onderzoek is de mate waarin het bedrijfsleven inzet op elektrificatie en digitalisatie, omdat deze middelen bedrijven kunnen helpen energie-efficiënter te opereren.

ELEKTRIFICATIE WAGENPARK EN ENERGIE-EFFICIËNTE APPARATUUR POPULAIRSTE INITIATIEVEN

3 op de 4 Nederlandse bedrijven vindt het vervangen van fossiele brandstoffen voor elektrische technologieën belangrijk. De populairste elektrificatie-initiatieven die zij inzetten zijn de overgang naar energie-efficiënte apparatuur (76%), de elektrificatie van het wagenpark (71%) en het stimuleren van alternatieve vervoersmiddelen (48%). Daarnaast wordt de overgang naar een hernieuwbare energie-infrastructuur (64%) genoemd als belangrijk initiatief bij bedrijven met meer dan 250 medewerkers.

Maar liefst 77% van de Nederlandse bedrijven geeft aan dat elektrificatie hen heeft geholpen met decarboniseren. Bedrijven geven wel aan uitdagingen te ervaren op het gebied van elektrificatie. Dit gaat enerzijds om hoge inves-

teringskosten (40%), maar ook om praktische zaken. Zo geeft 61% van de grote bedrijven aan dat het volle stroomnet een probleem is.

DIGITALISATIE IN HET VERDUURZAMINGSPROCES

78% van alle bedrijven geeft zelfs aan dat digitalisatie-initiatieven hen hebben geholpen bij het decarboniseren. De top drie digitalisatie-initiatieven van de onderzochte bedrijven zijn het digitaliseren van documentatie en administratie (91%), het verplaatsen van dataopslag en software-applicaties naar de cloud (74%) en het gebruik van sensors en automatiseringssystemen om energieverbruik te optimaliseren (68%).

Naast investeringskosten (29%), lopen bedrijven in hun digitalisatieproces aan tegen verschillende uitdagingen, zoals een gebouw dat ongeschikt is voor de implementatie van duurzame digitalisatie-initiatieven (29%) en zorgen op het gebied van cyber security (29%).

"In Nederland gaan de gesprekken te vaak over problemen met de levering van energie, terwijl het te weinig gaat over wat we kunnen doen om de vraag naar energie te verminderen," aldus Alexandre Golisano, Country President van Schneider Electric Nederland. "Gelukkig zijn

veel Nederlandse bedrijven net als ik al optimistisch over de mogelijkheid om in te zetten op digitalisatie en elektrificatie om energie-efficiënter te opereren en te decarboniseren."

GROTE TOT MIDDELGROTE BEDRIJVEN GEBUIKEN HUN ENERGIEDATA ACTIEVER DAN KLEINE BEDRIJVEN

Slechts 49% van de Nederlandse bedrijven heeft momenteel duurzaamheidsdoelstellingen geformuleerd. Daarnaast wijst het onderzoek uit dat 60% van de onderzochte bedrijven data verzamelt en gebruikt om kansen tot energiebesparing in kaart te brengen. Van deze bedrijven gebruikt 81% de geanalyseerde data om energiereductie-doelstellingen vast te stellen, 75% om energievervalsing in kaart te brengen en 56% om carbon-emissies te monitoren.

Kleine bedrijven (tot 50 medewerkers) lopen achter als het gaat om het meten van data op het gebied van energieconsumptie, waterverbruik, afvalproductie en carbon-emissies ten opzichte van grotere bedrijven. Van alle bedrijven geeft 3 van de 4 (76%) aan het energieverbruik te meten en deze data actief te gebruiken. Opvallend is het meten en actief gebruiken van data gericht op waterverbruik slechts bij 1 op de 3 bedrijven gebeurt (32%).

(ERVAREN) IMAGO VAN EEN BEDRIJF STEEDS BEPALENDER

De wereld van marketing en communicatie is de laatste jaren ingrijpend veranderd en nog steeds gaan de ontwikkelingen razendsnel. Hoe blijf je als ondernemer zichtbaar en vindbaar voor je doelgroep? En hoe ga je om met al die nieuwe online platforms waarop iedereen vecht om aandacht? Twee merkspecialisten in de Stedendriehoek delen hun visie.

Ondernemers staan voor een grote uitdaging, beaamt Franklin Tuin, Strategy Director & Senior Brand Manager bij Emotion in Apeldoorn. Dit marketing- en communicatiebureau helpt organisaties al bijna twintig jaar met het ontwikkelen van een uniek en opvallend merk en bijbehorende campagne. “Met alle prikkels en boodschappen die mensen uitgeserveerd krijgen, is het moeilijk om de aandacht van je doelgroep te pakken. Het imago van een bedrijf plus hoe het ervaren wordt, zijn essentieel voor succes. Investeer daarom in je imago en in de lange termijn door vooral aandacht te besteden aan verkoopacties. Een positief imago zorgt ervoor dat mensen meer openstaan voor wat je te bieden hebt. Eerst zaaien, dan oogsten”, aldus Tuin.

Hiervoor ondersteunen de 27 Emotion-medewerkers klanten met een scala aan activiteiten, uiteenlopend van merkontwikkeling en positionering, productlancering, campagnes, huisstijl en design tot podcasts, animaties en video's. “Echt goede marketing en communicatie begint met het begrijpen van degenen voor wie je het doet: de opdrachtgever en zeker ook de klant van de klant”, zegt Tuin. “De grootste valkuil is te veel van binnen naar buiten denken, waardoor je verhaal en aanbod onvoldoende aansluit bij je doelgroep.” Emotion hanteert hierbij een vaste aanpak. “Het begint met inzicht in wie je bent als bedrijf, waarin je je onderscheidt en wat je ambities zijn. Daarna richten we de blik naar buiten: wat gebeurt er in jouw markt, wat

doet de concurrentie, wat vraagt de doelgroep en wat vraagt de wereld van je. En tot slot: wat is dan jouw unieke belofte en hoe kunnen we die vatten in woord en beeld, met steeds die merkpositionering als richtinggevend kompas.”

PERCEPTIE ESSENTIEEL

Na het doorgronden van doelgroep, markt en organisatie ontwikkelt Emotion een unieke en aansprekende positionering. “Dat is fase 0, in feite merkt de buitenwereld er dan nog niks van. Als de trein gaat rijden, is het zaak medewerkers goed mee te nemen”, vertelt Tuin. “Zorg dat zij de unieke belofte van je merk begrijpen, omarmen en in praktijk brengen richting de klant. Want elk contactmoment is een kans om je merk te versterken.”

Een oude marketingwet blijft daarbij van kracht: de strijd gaat niet om producten maar om perceptie. Tuin: “Jouw product kan beter zijn, maar als je er minder goed op staat in het hoofd van de klant, verlies jij. Dus zorg dat je huidige imago aansluit bij wie je bent en bij wat je doelgroep verlangt.” Een andere marketingwet luidt: focus! “We leven in een wereld waar aandacht schaars is. Wees daarom glashelder waar je voor staat. Een uniek woord of idee bezitten in de geest van de consument kan een organisatie enorm succesvol maken.”

MEER DIALOOG

Esther Hofmans, directeur Avancé Communicatie in Zutphen, wijst op de impact van



"EEN POSITIEF IMAGO ZORGT
ERVOOR DAT MENSEN MEER
OPENSTAAN VOOR WAT JE TE
BIEDEN HEBT. EERST ZAAIEN, DAN
OOGSTEN", ALDUS FRANKLIN TUIN,
STRATEGY DIRECTOR & SENIOR
BRAND MANAGER BIJ EMOTION



“ONTVANG JE VERVELENDE
REVIEWS, GA DAN DE DIALOOG
AAN MET JE KLANT, NET
ZOALS DAT IN DE HORECA EN
HET TOERISME GEBRUIKELIJK
IS. WEES TRANSPARANT,
GEEF ANTWOORD EN DEEL
JOUW KANT VAN HET
VERHAAL”, ADVISEERT ESTHER
HOFMANS, DIRECTEUR AVANCE
COMMUNICATIE

online. “De markt is sterk veranderd, waarbij de nieuwe generatie hun informatie haalt van online platforms, podcasts en influencers. Twintig jaar was onze omzet misschien wel 80% offline 20% online, nu is dat 10% versus 90%.” Een enorme transitie dus richting de digitale wereld. De zestien medewerkers van Avancé Communicatie, dat zich presenteert als creative digital agency, zetten organisaties en bedrijven op voorsprong door ze vindbaar en zichtbaar te maken. “Dat begint met het opbouwen van een onderscheidende breinpositie. Waarom besta je? Wat doe je en hoe doe je dat dan? De corporate story en de branding van je organisatie. Met aansluitend je onderscheidende vermogen – je positionering – vertaald in een creatief concept”, aldus Hofmans. “Uit de klantreis blijkt vervolgens in welke fase van het aankoopproces jouw klant zich bevindt. Daar moet je zijn met je boodschap. Zo ontstaat vanzelf het media- en middelenplan, altijd een combinatie van online en offline. Vervolgens ontwikkelen we dan bijvoorbeeld een website of webshop.”

Avancé is tevens Google-partner en gespecialiseerd in organische (seo) en betaalde online vindbaarheid (sea) en conversieoptimalisatie

binnen webshops. Bij het webdesign wordt ook goed gekeken naar de gebruikerservaring (UI en UX design). “Herhaling is nog steeds de kracht van de reclame: je merk moet een aantal keer top of mind zijn om te blijven hangen”, zegt Hofmans. “Maakten we vroeger vanuit de communicatie veelal gebruik van zenden, nu gaat het om de dialoog. Dus ontvang je vervelende reviews, ga dan de dialoog aan met je klant, net zoals dat in de horeca en het toerisme gebruikelijk is. Wees transparant, geef antwoord en deel jouw kant van het verhaal.”

OMARM AI EN MAAK KEUZES

Aangezien ondernemers hun handen al vol hebben aan hun eigen business, wil Avancé haar klanten attenderen en vooral laten profiteren van nieuwe toepassingen binnen AI. “Het aanbod is zo groot, wij helpen ondernemers keuzes maken op het gebied van marketingcommunicatie. Wij omarmen deze nieuwe technologie volop en delen die kennis graag met onze klanten.”



GERALDINE SEPTER
CEO The LiveLab Company

www.thelivelabcompany.nl

TOEKOMSTBESTENDIG ONDERNEMEN

Verandering is de enige constante. In de dynamische wereld van vandaag de dag komt geen enkele organisatie aan verandering. Het is een onvermijdelijk onderdeel van het ondernemerschap en een cruciale factor voor succes en toekomstbestendigheid. Want laten we eerlijk zijn, als je toekomstbestendig wilt zijn, moet je uitblinken in het leiden van verandering.

Statistieken tonen aan dat veel veranderprojecten de eindstreep niet halen. Onderzoek, zoals dat van McKinsey, onthult dat maar liefst 70% van de veranderprojecten mislukt. Een schokkende realiteit die we kunnen verklaren aan de hand van enkele factoren:

1. ONVOLDOENDE OVERTUIGING EN COMMUNICATIE

Als het belang en de urgentie van de verandering niet krachtig genoeg worden gecommuniceerd, ontstaat er weinig draagvlak bij de medewerkers. Geen enkele medewerker wordt wakker en gaat naar zijn werk om eens lekker veranderd te worden... Wees eerlijk, al is de boodschap soms pijnlijk en kan dit consequenties hebben voor de medewerkers. Wees dus ook vanaf het begin van je traject transparant: medewerkers voelen echt wel aan als een boodschap 'onder tafel' blijft. Dat wil je voorkomen.

2. GEBREK AAN KENNIS EN VAARDIGHEDEN

Als de juiste mensen niet worden vrijgemaakt voor het project, zal de verandering moeilijk te sturen zijn. Een succesvol verandertraject vereist een sterk team dat de leiding neemt met inzicht en bekwaamheid. Als veranderleiders sluit je de rijen met elkaar en draag je dit uit aan de medewerkers.

3. ONTBREKENDE STRUCTUUR EN MIDDELEN

Een goed georganiseerd verandertraject omvat duidelijke overlegstructuren, de inrichting van een transitieplek (bijvoorbeeld een 'LiveLab') en effectieve manieren om de voortgang van het veranderproces te monitoren. Het ontbreken van deze elementen kan leiden tot het falen van het gehele project. Daarnaast is het een misvatting die we vaak tegenkomen: een verandering leiden doe je er niet 'even bij'. Een goed georganiseerd team dat hier tijd voor vrij heeft gemaakt, is daarbij essentieel.

HOE DOE JE DAN WEL EEN VERANDERPROJECT? MAAK GEBRUIK VAN DE EMPLOYEE EXPERIENCE.

15

Het aantal veranderingen dat een organisatie doorvoert is bijna eindeloos. Denk aan digitale, procesmatige en werkplek gerelateerde veranderingen of veranderingen in de organisatie zelf (zoals in- en externe fusies). De lijst met projecten wordt jaarlijks weer aangevuld. Vanuit de organisatie bekeken betreft elke verandering een apart project. Vanuit de medewerker bekeken, gaat het steeds om hetzelfde: verandering. Organisaties zullen meer doordrongen raken van het feit dat je de medewerker centraal moet zetten en als je succes wilt bereiken bij veranderingen die medewerkers raken. Door dit goed in te richten, ontstaat er eerder intrinsieke motivatie bij je medewerkers (zij zien kansen i.p.v. bedreigingen) en dat helpt met het succesvol tot stand brengen van de verandering.

Een gestandaardiseerde veranderaanpak dus, vanuit de employee experience-gedachte. Projecteigenaren moeten allemaal dezelfde bril opzetten, vanuit het perspectief van de medewerker. Dit geeft organisaties bij uitstek de gelegenheid om steeds beter en succesvoller te worden met het doorvoeren van veranderingen: een kwaliteit die uiterst noodzakelijk is om relevant te blijven.

Na jarenlang veel ingrijpende verandertrajecten te hebben geleid, heb ik ervaren dat een succesvolle gestandaardiseerde veranderaanpak vereist is. Bij The LiveLab Company hebben we hiervoor de Methode CEO van je Leven ontwikkeld, een aanpak die bestaat uit het juiste verhaal, de juiste structuur en de juiste middelen. Het draait om het creëren van de perfecte mix die aan medewerkers en leiders wordt aangeboden.

Als je wilt dat een verandering toekomstbestendig is, is het gedrag van je mensen cruciaal. Ze moeten niet alleen deelnemers zijn, maar voelen dat ze de regie hebben over hun eigen rol in de verandering.

De conclusie is om toekomstbestendig te ondernemen is er een overtuigende visie en communicatie vanuit de top benodigd, naast de juiste kennis en vaardigheden en een goed doordachte structuur en middelen. Inmiddels heeft The LiveLab Company in verschillende sectoren diverse trajecten succesvol begeleid. Wil jij weten wat we voor jou kunnen betekenen? Neem vandaag nog contact met ons op.



Simako-BDM
Apeldoorn - Elst

BMW R18



**OPVALLEN
MET AUTO-
RECLAME?**

**goede reclame
blijft hangen!**



SignSellers
visuele communicatie

kijk op signsellers.nl/wagenpark-signing



 ambius.nl/greenwalls

**MOS
GREENWALL**

**Laat je creativiteit de
vrije loop met mos**

Google
★★★★★ +1000 REVIEWS



ambius



AFGESTUDEERDE STUDENTEN LATEN ZICH STEEDS VAKER OMSCHOLEN NAAR IT EN FINANCE

17

Afgestudeerde studenten met een compleet andere studieachtergrond zoeken steeds vaker hun toekomst in de sectoren IT en Finance, dat blijkt uit een analyse van Calco, detacheerder en opleider van afgestudeerden naar IT en Finance professionals. Doorgroeimogelijkheden en de combinatie van leren en werken zijn de twee belangrijkste motivators om de 'omscholings-stap' te zetten.

Trainees met 225 verschillende studie-achtergronden worden op dit moment opgeleid om de stap naar sectoren te zetten waar een schreeuwend tekort is aan ervaren professionals. Van Master in Communicatie, tot Civiele Techniek en zelfs Japan Studies naar IT of Finance. Eenmaal geselecteerd op basis van persoonlijkheid, skills en potentie in combinatie met de juiste ambitie weten de 'instromers' zich uitzonderlijk goed te handhaven in een nieuw vakgebied.

Nederland digitaliseert in een razend tempo verder, terwijl het te kampen heeft met langdurige krapte op de arbeidsmarkt. Deze tekorten hebben impact op alle bedrijfssectoren. Primair is er een uitdaging ontstaan doordat veel vereiste ICT-posities niet intern binnen deze

sectoren kunnen worden ingevuld door vergrijzing en een tekort aan nieuwe in het vakgebied afgestudeerde professionals. Uit de analyse van Calco blijkt dat het merendeel van de 'zij-instromende' trainees kiest voor de IT.

Jan-Willem Gelderblom, Algemeen Directeur van Calco: "De komende jaren stromen veel arbeidskrachten uit en gaan met pensioen. Als je de mogelijkheid als organisatie hebt is het nu de uitgelezen kans om te werken aan je toekomstige workforce. Het feit dat deze hbo-ers en wo-ers niet exact de juiste opleiding hebben doet niet ter zaken. Kaap ze van de markt en zorg dat je ze weet te integreren in jouw organisatie. Je zal deze IT en Finance specialisten namelijk nodig hebben. Al is het alleen maar vanwege de ontwikkelingen op het gebied van

Artificial Intelligence (AI) of complete IT-systemen die moeten worden vervangen."

Hij vervolgt: "We zien dat er met name in het bank- en verzekeringswezen, maar ook in bijvoorbeeld de luchtvaart en de food retail een tekort is aan de juiste trainees. Daarnaast is de nood bij het MKB hoog. Gelukkig staan zij steeds meer open om de 'zij-instromers' aan te nemen. Zij accepteren dat de trainee wat meer begeleiding nodig heeft en dat specifieke ervaring ontbreekt. Deze ondernemers zien dat hun talenten goed zijn ontwikkeld en dat ze in staat zijn een switch te maken naar het vakgebied waar zij zich in willen ontwikkelen. Op deze manier kunnen zij een deel van hun (toekomstige) personeelstekorten alvast afdekken."



HoutWerk II in Utrecht: natuurlijk bouw materiaal als hernieuwbare grondstof (foto Bob Meulmeester).

NEDERLAND KOPLOPER CIRCULAIR MATERIELEN GEBRUIK

NETWERKEN VORMEN, KETENS SLUITEN

Nederland is Europees koploper circulair materiaalgebruik, meldt statistiekbureau Eurostat. Ruim een kwart van de materialen is gerecycled. Goed nieuws, zou je zeggen. De cijfers zijn echter gebaseerd op gewicht, waardoor hergebruik van puin sterk bijdraagt aan de leidende positie van ons land. Voor een circulaire economie is veel meer nodig. Bestaande en nieuwe netwerken moeten ketens sluiten, met een scherp oog voor schaalbaarheid.

KONINKLIJKE BELANGSTELLING

Circulair bouwen mag zich verheugen in koninklijke belangstelling. Koningin Máxima bracht op 19 december 2023 een bezoek aan twee koplopers. HoutWerk I op de Utrechtse Campus Werkspoor heeft een draagconstructie die geheel uit hout bestaat. Verder zijn restproducten als circulaire bouwmaterialen gebruikt. Het gebouw is ontwikkeld door Lingotto, 3T Vastgoed en Evoke. Woody Building Concepts realiseerde Houtwerk in slechts negen maanden. Het kantoor biedt vooral onderdak aan bedrijven uit de circulaire en digitale sector. Momenteel wordt gebouwd aan HoutWerk II.

De koningin nam ook een kijkje bij Lagemaat, een familiebedrijf dat gespecialiseerd is in circulaire sloop. Actueel voorbeeld is Prinsenhof, een voormalig kantoorpand van de provincie Gelderland. Al was het niet ontworpen om later systematisch te kunnen worden afgebroken, toch slaagde Lagemaat erin om dit kantoor volledig circulair te demonteren. Materialen worden hergebruikt voor een eigen nieuwbouwproject: een kenniscentrum voor circulaire bouw en sloop.

Regelmatig berekent het Europese statistiekbureau Eurostat hoe de circulaire economie zich in de verschillende landen ontwikkelt. Criterium is het aandeel gerecyclede materialen binnen het totale gebruik. Met een score van 27,5% was Nederland over 2022 koploper in Europa, waar het gemiddelde ligt op 11,5%. Andere toppers zijn België (22,2%) en Frankrijk met 19,3%. Onderaan de Europese ranglijst van hergebruikte materialen bungelen Roemenië (1,4%) en hekkensluiter Finland (0,6%).

700 KILO MEER AFVAL

Op Europees niveau worden metaalertsen met 23,9% het meest hergebruikt. Bij niet-metaalhoudende materialen – denk aan glas – gaat het om 13,7%, gevolgd door biomassa-producten zoals hout en papier met 10,0%. Bij fossiele energiematerialen en -draggers wordt maar 3,2% hergebruikt.

Het Eurostat-onderzoek laat ook zien dat Nederland veel afval produceert; per inwoner zelfs 700 kilo meer dan de gemiddelde Europeaan. Dit wordt met name veroorzaakt door sectoren als landbouw en industrie. Die zorgen voor veel afval terwijl de geproduceerde goederen grotendeels worden geëxporteerd.

GEWICHT VERSUS WAARDE

Bij de inventarisatie van hergebruik wordt gekeken naar het gewicht van materialen. In Nederland wordt in de bouw veel puinbeton ingezet, bijvoorbeeld als ondergrond voor wegen. Dit gerecyclede materiaal is zwaar en draagt in sterke mate bij aan het hoge circulariteitscijfer.

De toppositie betekent dus zeker niet dat wij koplopers zijn bij het scheiden van afval. Of dat fast fashion hier in hoog tempo terrein verliest ten opzichte van tweedehands kleding. Het zou beter zijn niet alleen naar gewicht maar ook naar de waarde van materiaal te kijken. Dat zegt immers iets over de aard van het hergebruik. En daar draait het om in een circulaire economie, waarbij materialen zo hoogwaardig mogelijk opnieuw worden ingezet – idealiter in dezelfde vorm.

NIET ZELFGENOEGZAAM

De Nederlandse koppositie als het gaat om circulair materiaalgebruik mag geenszins leiden tot zelfgenoegzaamheid. Temeer daar de cijfers geen positieve ontwikkeling laten zien. Ten opzichte van een jaar eerder is zelfs sprake van een kleine daling. Dat kan komen omdat het plukken van laaghangend fruit zoals hergebruikt betonpuin inmiddels gemeengoed is. Om materialen op grote schaal hoogwaardig opnieuw in te kunnen zetten, zijn forse inspanningen nodig.

**“WAT EENS VERLOREN
GAAT, KOMT NOOIT
MEER TERUG.”**

LIMITED EDITIONS

Zowel producenten als consumenten moeten daarbij hun verantwoordelijkheid nemen. “Reparatie is vaak bewust niet rendabel. Producenten hebben er immers baat bij dat nieuwe apparaten worden aangeschaft,” stelde architect en circulair visionair Thomas Rau eerder in Business. Ook mode en trends zorgen ervoor dat telkens nieuwe producten met minimale verbeteringen worden aangeschaft, ook al werkt de huidige versie nog prima. Zonder de allernieuwste iPhone hoor je er immers niet bij. Zo liggen miljarden voorwerpen ongebruikt te verstoffen, om uiteindelijk weggegooid en vernietigd te worden. “Doodzonde, want alle grondstoffen en materialen zijn limited editions,” benadrukt Rau. “Wat eens verloren gaat, komt nooit meer terug. Dit is het karakter van de aarde als gesloten systeem.”

MONOSTROMEN

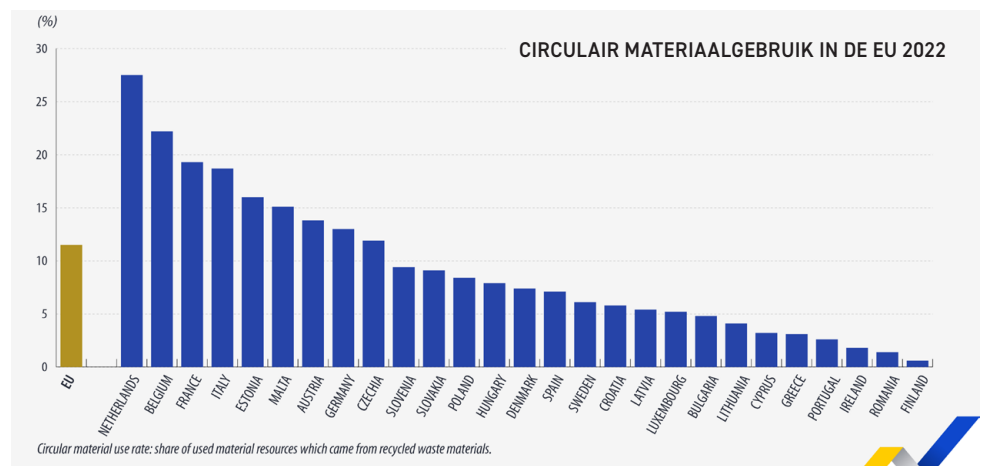
De basis voor een circulaire economie ligt in de ontwerpfase. Keuzes die daar gemaakt worden zijn bepalend voor een efficiënt gebruik van grondstoffen, een lange levensduur en uiteindelijk voor hoogwaardig hergebruik. Dat laatste brengt productietechnisch veel uitdagingen met zich mee. Zo moet gebruikte kleding voor een circulaire toepassing kunnen worden herleid tot zogenaamde monostromen, bijvoorbeeld alleen polyester. Vereiste daarbij is dat alle partijen in de keten meedoen, van stoffenproducent tot eindgebruiker die ervoor zorgt dat alle kleding weer ingezameld wordt.

165.312 SCHROEVEN

Aansprekend voorbeeld van een circulaire toepassing is het door eerdergenoemde Thomas Rau ontworpen hoofdkantoor van Triodos. Dit veelbekroonde gebouw bestaat bijna volledig uit hout; alleen de kelder heeft een betonconstructie voor de waterhuishouding. De architect berekende dat het gebruikte hout in slechts 11,36 minuten weer volledig aangegroeid is. Het Triodos-kantoor is in elkaar gezet met 165.312 schroeven. Door deze zogenaamde droge verbindingen kan het pand in de toekomst volledig uit elkaar worden gehaald zonder waardeverlies van materialen, componenten en producten. Circulariteit in optima forma.

SCHAALBAAR

Bovengenoemde en steeds meer andere voorbeelden laten zien dat een volledig circulaire economie mogelijk is. Maar voordat het zover is, zijn nog tal van pilots, proeftuinen en aanjaagteams nodig. Het delen van kennis en ervaringen blijft van groot belang, net als het leggen van verbindingen. Bestaande en nieuwe netwerken moeten ervoor zorgen dat ketens worden gesloten. Het afval van de één is grondstof voor de ander en daarom is samenwerking een vereiste in de circulaire economie. Cruciaal is ook dat bij nieuwe initiatieven oog is voor de schaalbaarheid ervan. Voor echte impact moet circulariteit substantie hebben.



eurostat

WIST JIJ DAT JE MET JOUW PROFESSIONELE
VAARDIGHEDEN MAATSCHAPPELIJKE IMPACT
KAN MAKEN BIJ VLUCHTELINGENWERK
NEDERLAND?



Als vrijwilliger
kun je al met
4 uur per week
het verschil maken!

Wil je weten hoe? Scan de QR-code



Een veilige werkplek?



BHV

Leer om te gaan met
brand, reanimeren
en een noodsituatie.



VCA

(Basis) kennis voor
de veiligheid binnen
je bedrijf.



ADR

Hoe werk je met
gevaarlijke stoffen?
Leer er alles over.

kijk voor meer informatie op www.deweerd.net

De Weerd



ALLES VOOR UW BEDRIJFSVEILIGHEID ONDER ÉÉN DAK



BTBFIREANDMEDICAL.NL

HET DOORBREKEN VAN DE BELEMMERINGEN VEREIST EEN COLLECTIEVE INSPANNING

Je hoort het overal, op straat, bij de koffiemachine en op de businessclub. Iemand vraagt als openingzin hoe het met de ander gaat en standaard is het antwoord "ja, goeiee!!".



21

We zijn blijkbaar ondertussen allemaal geconditioneerd om positief te reageren op de vraag. Zonder echt na te denken waar deze vraag naar zou kunnen leiden. En vooral wat het je zou kunnen opleveren als je minder primair reageerde en even de tijd nam om na te denken over je antwoord.

Ook in de schijnwereld van leiderschap is het verleidelijk om te pretenderen dat alles op rolletjes loopt. Maar wees moedig: erken dat het beter kan. Zowel in winstgedreven als non-profit organisaties is oprecht zelfonderzoek de sleutel tot groei. Durf de schaduw van stagnatie te belichten en omarm verandering voor een echte bloei. Want wees eens even eerlijk naar jezelf, gaat alles goed? Het oplopende ziekteverzuim baart je al langer zorgen, je best verkopende account-manager die al een paar maanden signalen afgeeft niet tevreden te zijn, een van je teams waar van je weet dat medewerkers flink over elkaar lopen te roddelen en de sfeer steeds grimmiger wordt.

Wat zal het je opleveren als je erkent dat het beter kan? Erkennen dat het beter kan opent de

deur naar groei en verbetering. Het stimuleert innovatie, verhoogt de efficiëntie en versterkt de veerkracht van de organisatie. Het geeft ruimte voor creativiteit en het vinden van oplossingen, wat uiteindelijk kan leiden tot een duurzamere en succesvollere koers. Erkennen dat het verzuim lang genoeg autonoom kon stijgen en nu aangepakt moet worden, het aanpakken van ontevredenheid bij verschillende medewerkers. En dat vanuit de aanleiding en niet vanuit de symptomen bekeken.

Wat zijn de belemmeringen waardoor je niet erkent dat het beter kan? Verschillende factoren kunnen de erkenning belemmeren. Ego en angst voor verandering spelen vaak een rol, evenals het vasthouden aan traditionele denkpatronen. Organisatorische weerstand, gebrek aan open communicatie en het negeren van feedback zijn ook belemmeringen. Het is cruciaal om deze obstakels te herkennen en aan te pakken voor een daadwerkelijke verbetering. Neem eerst de tijd om voor jezelf eens goed te reflecteren op de situatie. Voorkom prikkels en maak ruimte in je agenda en vooral je hoofd

om alles wat je bezig houdt eens onder elkaar te zetten. Blijf daarbij bij wat je zou willen, hoe je het gaat oplossen is alleen maar een afleider. Dat komt later.

Het doorbreken van de belemmeringen vereist een collectieve inspanning. Je hebt nagedacht over wat je wilt aanpakken. Hoe je dat zou kunnen doen vraagt om reflectie met je omgeving. Interne teams, externe adviseurs en zelfs mentors kunnen waardevolle ondersteuning bieden. Open communicatie en het betrekken van medewerkers bij het veranderingsproces zijn essentieel. Externe perspectieven kunnen frisse ideeën brengen, terwijl interne betrokkenheid de acceptatie van verandering bevordert. Samenwerking is de sleutel tot succes bij het streven naar een betere toekomst voor de organisatie.

Meer info? SaMe advies & coaching. Ron de Ligt 06-1175 6832 of Debora Holtrop 06-3104 1855 of kijk op www.same-coaching.nl



“De huidige stijging van het aantal faillissementen wordt onder andere veroorzaakt door de hogere lasten, zoals belastingen, huren, loonkosten, inkoopkosten, rentelasten en energiekosten – een optelsom van ontwikkelingen”, aldus Erik Hamer, directeur Karreman Gerechtsdeurwaarders.

‘CASH IS KING’

In de eerste drie kwartalen van 2023 zijn ruim 60 procent meer bedrijven failliet verklaard dan in dezelfde periode van 2022 en vertoont het aantal faillissementen een stijgende lijn, zo blijkt uit recente cijfers van het CBS. Wat zijn de achterliggende oorzaken? En welke opties zijn er, nu de economie afkoelt en de vraag in sommige sectoren achterblijft? “Ondernemers willen doorgaan, doorgaan, doorgaan. Ook als ze diep in hun hart weten dat ze de rekeningen uiteindelijk niet kunnen betalen.”

Erik Hamer, directeur-eigenaar Karreman Gerechtsdeurwaarders in Apeldoorn, stelt dat het aantal faillissementen weliswaar stijgt, maar zich in vergelijking met eerdere jaren nog steeds op een behoorlijk laag niveau bevindt. “De overheidssteun tijdens de coronapandemie heeft veel bedrijven overeind gehouden. De huidige stijging wordt veroorzaakt door de hogere lasten, zoals belastingen, huren, loonkosten, inkoopkosten, rentelasten en energiekosten – een optelsom van ontwikkelingen.”

Gerard Bernhards, directeur Bedrijven Stedendriehoek bij ABN AMRO, komt tot eenzelfde conclusie. “Als je de cijfers van de eerste drie kwartalen van 2019 tot en met 2023 op een rijtje zet, is er geen sprake van een exorbitante stijging. We zijn weer terug op het niveau van voor corona. De tussentijdse daling in coronatijd is te danken aan alle steunmaatregelen.” Intussen hebben bedrijven vanwege krapte op de arbeidsmarkt en hoge inflatie te maken met sterk stijgende loonkosten. “In 2022 was sprake van een loonstijging van 3,2% en een inflatie van 10%; in 2023 is dat 6,1% respectievelijk 4,4%”, verklaart Bernhards. “Vooral de sectoren Zakelijke Dienstverlening, Leisure en Transport & Logistiek zijn relatief arbeidsintensief, sectoren die in de Stedendriehoek goed vertegenwoordigd zijn. Daarnaast leiden de lagere koopkracht van consumenten en de snel stijgende rente ertoe dat de economie afkoelt.”

PIJNPUNT

Daar komt bij dat bedrijven vanaf oktober 2022 de belasting-schulden uit coronatijd moeten gaan terugbetalen. “Ook die schulden komen er nog even bij en dragen bij aan een hoger aantal faillissementen”, zegt Hamer. “Tijdens coronatijd hebben veel ondernemers schulden gemaakt, doordat de inkomsten afnamen terwijl veel uitgaven gewoon doorliepen.” Hij verwacht dan ook dat de stijging zal doorzetten. “Niet alle kosten zijn één-op-één af te wentelen op klanten. Denk aan horecaondernemers die bezoekers geen hogere prijs voor een biertje willen laten betalen. Uiteindelijk worden de marges kleiner. Als je nog wat vet op de botten hebt, kun je nog wel wat gaten vullen, maar op een gegeven moment is de rek eruit.”

Kijkend naar de CBS-cijfers van september 2023 neemt de omzet van bedrijven weliswaar toe, maar dalen verkoopvolumes en stijgen productprijzen. “Ook de geopolitieke situatie en de daarmee gepaard gaande exportbeperkingen dragen daaraan bij. Mensen kopen minder, investeren minder”, zegt Bernhards. “De basisrentes van de ECB zijn in een jaar tijd van -0,5% naar 3,75% gestegen. Bedrijven met een groot aandeel vreemd vermogen lijden hier het meest onder. Ander pijnpunt zijn de extra eisen die kredietverstrekkers stellen om hun risico te beperken in deze onzekere markt.”

VOLDOENDE TOEKOMST?

In de huidige economische situatie adviseert Hamer ondernemers om schulden niet te laten oplopen. “Trek aan de bel. Als je hele kleine marges hebt en niet genoeg verdient om alle kosten te betalen, kan stoppen beter zijn. Onderzoek dus of je bedrijf voldoende toekomst heeft. Dat is moeilijk, want ondernemers willen doorgaan, doorgaan, doorgaan. Ook als ze diep in hun hart weten dat ze de rekeningen uiteindelijk niet kunnen betalen”, schetst hij. “Besef dat je in geval van een vennootschap bij faillissement ook persoonlijk aansprakelijk gesteld zou kunnen worden voor gemaakte schulden. Dat moet je zien te voorkomen.”

Als een onderneming nog winst maakt, raadt Hamer aan hulp te zoeken bij de eigen accountant of diens netwerk voor begeleiding, of bij gespecialiseerde organisaties als Geldfit Zakelijk die kunnen fungeren als sparringpartner. “Je kunt ook herfinanciering overwegen, maar banken zijn daar momenteel niet zo happig op. Schuldsanering is eveneens een optie, maar dan moet je wel al je schuldeisers weten mee te krijgen, dat ze instemmen met je aanbod. Lukt dat niet, dan resteert faillissement.” Als gerechtsdeurwaarder handelt Hamer voor opdrachtgevers uitstaande vorderingen af en adviseert hij hen over te zetten stappen. “Daarbij maken we steeds een kosten-batenafweging. Soms heeft beslaglegging geen zin en is het gunstiger om in te stemmen met het voorstel van de betreffende ondernemer.”

REALISME EEN MUST

Verder wijst Hamer op de mogelijkheid om te procederen voor een schuldregeling. “Stel, je hebt een schuld van 100.000 euro en geschikt met alle schuldeisers, maar één blijft dwarszitten voor 5.000 euro. Onder de Wet homologatie onderhands akkoord (Whoa) kun je dan een schuldregeling afdwingen via een advocaat”, vertelt hij. “Voorwaarde is wel dat je onderneming winst maakt en dat je een afbetalingsvoorstel overlegt. Dan kan een rechter de schuldeiser een schuldregeling opleggen en kan een deurwaarder geen beslag meer leggen op je vermogen. Dat geeft weer wat rust om zaken op orde te stellen.”

Bernhards raadt bedrijven aan hun arbeidsproductiviteit omhoog te brengen. “Bijvoorbeeld door te innoveren als je daar de middelen voor hebt of door efficiënter te gaan werken. Verbreden van je verdienmodel kan ook, maar is niet makkelijk in deze tijd. Een andere manier om meer liquiditeit vrij te spelen, is lagere voorraden aanhouden. In alle gevallen is een sterk liquiditeitsbeheer gewenst. Cash is king. Stuur dus strakker op je debiteurenbeheer.” Tegelijkertijd is realisme een must. “Er komt een moment dat genoemde maatregelen niet meer helpen. Dus moet je omzet blijven genereren om aan je verplichtingen te blijven voldoen en continuïteit van het bedrijf te garanderen.”



Gerard Bernhards, directeur Bedrijven Stedendriehoek bij ABN AMRO, signaleert een lagere koopkracht en een snel stijgende rente waardoor er sprake is van een forse afkoeling van de economie.



ADVIES EN COACHING

Van strategische
HRM-visie naar praktische
talentontwikkeling



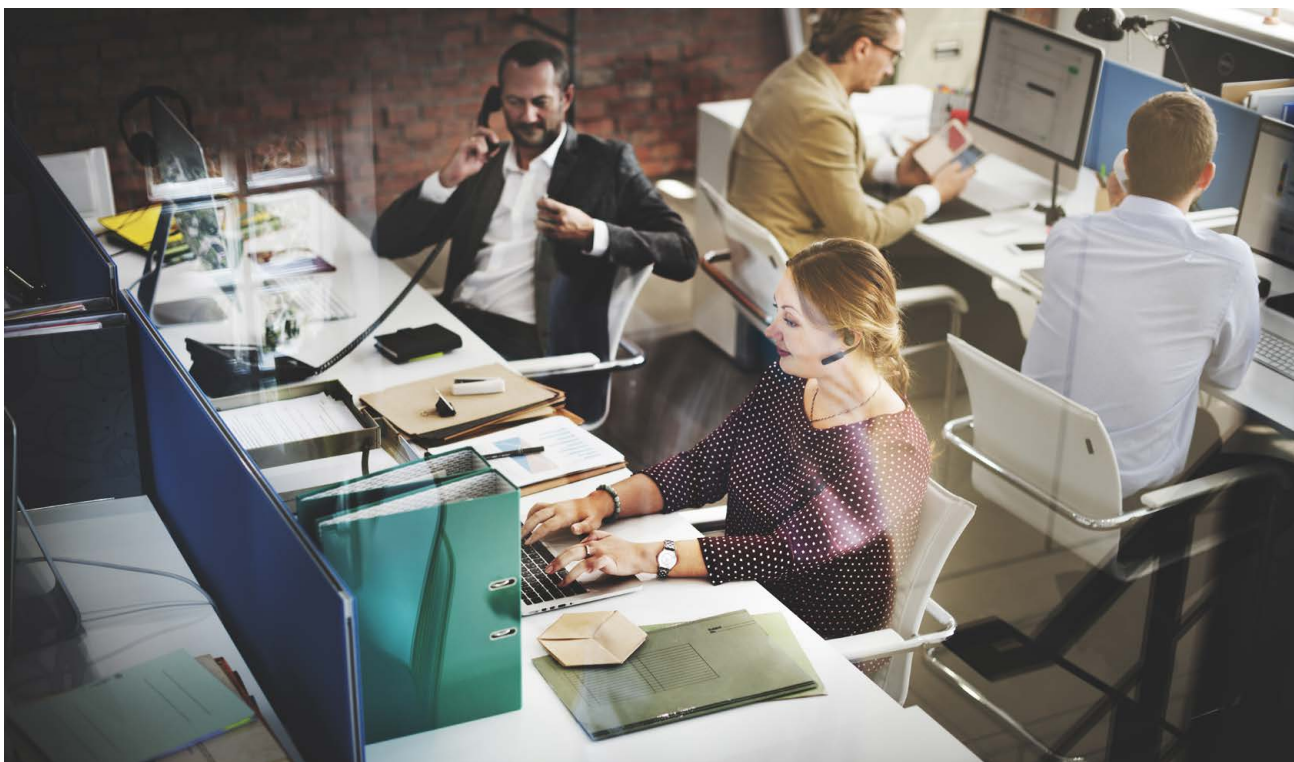
**Wij helpen graag
organisaties en
individueen het beste
uit zich te halen
door middel van
een duurzame en
bewezen aanpak.**



Nieuwsgierig naar wat wij voor u kunnen betekenen?
Bel ons op 06-31041855 of 06-11756832 voor een
vrijblijvend gesprek of kijk op onze site same-coaching.nl

MODERN KLANTCONTACT VIA WHATSAPP MET TDMESSENGER EN PLAN-IT

Door een software integratie van ThinkingDutch en Plan-IT International is het vanaf heden nog gemakkelijker om klanten op een moderne manier te woord te staan.



tdMessenger is een WhatsApp oplossing voor dealerbedrijven. Het vervangt als het ware de SMS functie door WhatsApp, waardoor klanten sneller en gemakkelijker worden bereikt voor het maken van werkplaatsafspraken en het verzenden van afspraakherinneringen, live uitnodigingen, statusupdates en auto gereed meldingen van een voertuig via de koppeling met Plan-IT.

tdMessenger gebruikt het vaste telefoonnummer van de dealer, reeds bekend bij de klanten, en verzorgt op de achtergrond het WhatsApp verkeer met de juiste persoon binnen de organisatie. Zo heeft de klant altijd contact met de medewerker die op de hoogte is van de situatie en hoeft er niet binnen het bedrijf onderling geschakeld te worden. Het is overigens wel mogelijk om gesprekken door te verbinden naar andere medewerkers binnen de organisatie of over filialen heen, indien gewenst. tdMessenger is volledig AVG-proof en voldoet daarmee aan de Europese richtlijnen.

HOE ZIET DIT ER UIT IN DE PRAKTIJK?

Zodra er een eerste bericht gestuurd is naar de klant vanuit Plan-IT, wordt deze klant aan een WhatsApp chat gekoppeld.

tdMessenger herkent deze klant vervolgens en zorgt er op de achtergrond voor dat deze klant gekoppeld wordt aan een vaste medewerker binnen het dealerbedrijf op de afdeling werkplaats, receptie of het magazijn. Deze medewerker staat vervolgens het hele proces gekoppeld aan deze klant via de WhatsApp chat. Naast de receptie, werkplaats en het magazijn, kan ook afdeling verkoop gebruik maken van tdMessenger. Bij verkoop biedt tdMessenger de mogelijkheid tot een keuzemenu van de verschillende verkopers.

ALTIJD INZICHT IN GESPREKHISTORIE EN DOCUMENTATIE

tdMessenger is zo opgezet dat zelfs bij vertrek van een medewerker, de communicatie met de klant niet verloren gaat, aangezien dit verbonden is met het vaste telefoonnummer van het dealerbedrijf. Bij gebruik van de WhatsApp chat is het voor de medewerkers van het dealerbedrijf, maar ook voor de klant mogelijk om video's en PDF-bestanden te verzenden binnen de chat, zodat alle communicatie overzichtelijk bij elkaar blijft en ingezien kan worden.

Ticket:
€289,-
BESTEL NU!

WB

Women & Business

Inspiration at the Parc

Een dag voor en door vrouwelijke ondernemers en business professionals!

Dompel jezelf onder in een dag vol inspiratie op een werkelijk betoverende locatie! Als vrouwelijke business professional verdien jij een moment van pure inspiratie en groei. Mis deze unieke kans niet en sluit je aan bij een exclusieve dag die speciaal is ontworpen voor vrouwen zoals jij.

Datum & Tijd: Datum: 15 april 2024
Tijd: 9:00 - 17:00 uur

Locatie: Parc Broekhuizen - Een betoverende setting die de perfecte achtergrond biedt voor jouw groei en succes.

Prijs: €289,- per deelnemer
(Inclusief lunch, hapjes en drankjes)

Maximaal 160 Deelnemers:

Meld je nu aan, want Vol=Vol! Beleef deze dag samen met andere ambitieuze vrouwen.

Wat kun je verwachten?

- Inspirerende sprekers en workshops
- Netwerkmogelijkheden met gelijkgestemde professionals
- Exclusieve ervaringen om je vaardigheden te versterken
- Heerlijke lunch en verfrissende drankjes
- Deze dag is jouw moment om te schitteren en te groeien. Wacht niet langer, claim je plek en maak deel uit van deze onvergetelijke ervaring!

Aanmelden en informatie:

womenandbusiness.nl/tickets

Dompel jezelf onder in inspiratie en maak deel uit van deze onvergetelijke dag!



De sprekers



Geraldine Septer
The Livelab Company

Op energieke wijze word je getrakteerd op fijne helpende tools en inzichten om toekomst bestendig te bouwen en te leven.



Maartje Koppen
maartjekoppen.nl

Radicaal losbreken van dat wat je niet meer dient. Om vol overgave en vertrouwen die volgende stap te zetten.



Jamie Mansveld
Goud & Kobalt

Geen karakter? Doodzonde. Ga staan voor wat je bent en kom op voor een merk dat aan alle kanten klopt.



Addy van den Krommenacker

Het leven van Addy staat al sinds zijn vroege jeugd in het teken van mode. Van den Krommenacker is een gevestigde naam in de modewereld.

Workshops



Marieke de Rooij
Spoken voor Publiek

Presenteren - Jij hebt wat te zeggen. Zorg dat mensen luisteren.



Marjolein Bongers
House of Social Media

LinkedIn - Verleid je klant. Wees ook op LinkedIn interessant.



Parc Broekhuizen

Broekhuizerlaan 2
3956 N S L eersum

Een fashion show van:
Addy van den Krommenacker



Women & Business
wordt mede mogelijk gemaakt door:

ADDY
VAN DEN
KROMMENACKER



Parc Broekhuizen
CULINAIR LANDGOED



HR



HR IN 2024: STAGFLATIE, FOCUS OP INCLUSIVITEIT, MEER TRANSPARANTIE EN GAME-CHANGER AI

Het jaar 2023 was opnieuw een tijd van grote veranderingen voor de HR-wereld. Uit onderzoek dat Culture Amp deed naar de grootste uitdagingen van HR-managers, bleek dat dit de strijd om talent, het behouden van werknemers en hun betrokkenheid, het in balans brengen van flexibele werkmodellen, het stimuleren van ontwikkeling van werknemers en het managen van prestaties zijn.

Meer dan ooit hebben managers een veelzijdig repertoire aan vaardigheden nodig: Ze moeten zorgen voor het welzijn van hun werknemers en tegelijkertijd de bedrijfsdoelen managen. Om HR-managers in 2024 de helpende hand te bieden, schetst Culture Amp de trends en ontwikkelingen die organisaties kunnen verwachten:

TREND 1: DOOR ALLE SOCIALE EN POLITIEKE GEBEURTENISSEN WORDT INCLUSIVITEIT NOG BELANGRIJKE

De vele sociale kwesties en geopolitieke gebeurtenissen, hebben invloed op de organisatiecultuur en kunnen deze zelfs verstoren. Van werkgevers wordt regelmatig verwacht, dat ze publiekelijk hun standpunt delen over een bepaald principe of beleid. En dat is een uitdaging. Aan de ene kant is het delen van waarden en normen een goede zaak; het kan effectief zijn om transparanter te worden over de principes van een organisatie en keuzes over met wie je zaken doet. Aan de andere kant zijn de huidige geopolitieke kwesties zo complex en instabiel dat het voor een werkgever moeilijk wordt om een definitieve of uitgebreide publieke verklaring af te leggen zonder het risico te lopen partij te kiezen of verkeerd begrepen te worden.

Volgens Culture Amp is het in dit kader belangrijk dat organisaties zich meer richten op een strategische benadering van inclusiviteit. Dat helpt de organisatiecultuur van binnenuit te versterken en ondersteunt werknemers om te gaan met de gevolgen van interne en externe issues.

"Het is lastig voor organisaties om de juiste balans te vinden", licht Wesley Hendriks, Director Customer Success EMEA bij Culture Amp toe. "Maar uit onze onderzoeken naar werknemerservaring blijkt, dat werknemers meer kritiek op hun werkgever hebben dan voorheen. Ze zijn bijvoorbeeld niet trots op hun bedrijf, omdat deze samenwerkt met een bepaalde partij of organisatie waar men een mening over heeft. De huidige geopolitieke context zal ook dit jaar voor verdeeldheid blijven zorgen. Organisaties kunnen dit minimaliseren door zich te blijven richten op inclusiviteit en diversiteit van het personeels-bestand, en zo de onrust uit de samenleving die invloed heeft op de werkvloer, te verminderen."

TREND 2: NIET AI ZELF, MAAR DATA-GEÏNFORMEERD ZIJN IS DE GAME-CHANGER

Volgens Culture Amp is er een behoorlijke hype over de rol van AI in de HR-functie. Arne Sjöström, Lead People Scientist bij Culture Amp: "In werkelijkheid is het grootste voordeel op dit moment, dat je sneller toegang hebt tot data en de analyse daarvan, om sneller beslissingen te nemen. De opkomst van nieuwe AI-tools en de ontwikkelingen van analytics resulteren er in 2024 volgens ons vooral in, dat C-Level executives eerder data-geïnformeerd dan AI-gedreven zijn. Met behulp van AI zullen senior managers bijvoorbeeld sneller trends in het personeelsbestand kunnen identificeren die uit data naar voren komen. Ook zal het er in 2024 vooral op

aankomen, hoe je je medewerkers in staat stelt AI op de juiste manier te gebruiken én hoe je je organisatie zo inricht, dat AI-tools succesvol geïmplementeerd worden."

TREND 3: CULTURELE "STAGFLATIE"

Er is een kloof ontstaan tussen wat werkgevers en hun werknemers willen. Veel bedrijven hebben door de stijgende kosten van levensonderhoud salarissen verhoogd, maar hebben tegelijkertijd hogere verwachtingen van hun personeel. Tegelijkertijd hebben hun werknemers ook het gevoel, dat ze niet méér kunnen geven. Wesley Hendriks: "De huidige situatie wordt ervaren als stilstand en achteruitgang. In het verleden hebben we in Europa ook zo'n 'stagflatie' gezien - stagnerende economische groei en aanhoudende inflatie. De huidige situatie is een soort culturele stagflatie."

Dit wordt versterkt door de behoefte aan meer transparantie als reactie op hogere verwachtingen van personeel, onder andere op het gebied van hybride werken. Recent onderzoek van RTL Nieuws wijst uit dat een meerderheid van de 26-45-jarigen recht wil hebben op remote of hybride werken. "Door deze druk staan werkgevers voor de vraag in hoeverre ze tegemoet moeten komen aan deze ambities en wensen. Tweerichtingscommunicatie is cruciaal bij het managen van zulke verwachtingen. Bedrijven die reageren op feedback van werknemers zonder defensief te zijn en positieve acties ondernemen, zullen het in 2024 beter doen dan anderen."

TREND 4: STRATEGISCH STIMULEREN BEHOUD TALENTEN

Door de krappe arbeidsmarkt zal in 2024 de zoektocht naar talenten voortduren. In recent onderzoek van Robert Half zegt 66% van de Nederlandse werkgevers dat het een uitdaging is om waardevolle collega's te behouden. Men noemt factoren als hoge werkdruk, concurrentie en disbalans tussen werk en privé, als facetten die verbeterd moeten worden om personeelsbehoud te stimuleren.

"Organisaties moeten verder gaan dan de voor de hand liggende tactieken, zoals zichzelf positioneren als een aantrekkelijke werkgever die zijn werknemers ontwikkelt. Het is belangrijk een werknemerservaring te bieden die is gebaseerd op het versterken van de organisatiecultuur. Organisaties zullen meer inspanningen moeten doen om hun mensen op een duurzame manier te ontwikkelen en te laten groeien."

"Veel Nederlandse bedrijven zeggen dat ze inzicht moeten krijgen in de skills van hun mensen om voorbereid te zijn op de toekomst, maar ze doen dit vaak eerder op een academische dan op een praktische manier. Ze communiceren vaak in termen van employee value proposition (EVP), maar in werkelijkheid presenteren ze zichzelf vooral als een aantrekkelijke plek om te werken, terwijl ze meer moeten doen om de interne doelgroep - hun werknemers - een betere ervaring te bieden om de betrokkenheid strategisch te verbeteren."



Doekle Terpstra

TECHNIEK NEDERLAND SCHAAKT OP VELE BORDEN

“RUIM BAAN VOOR DE MAKERS VAN MORGEN”

Om de installatiesector te versterken, schaaft brancheorganisatie Techniek Nederland op vele borden: een intensieve lobby bij overheden, verbinding met het onderwijs en een landelijke arbeidsmarktcampagne. Die moet helpen om het grote personeelstekort in de techniek terug te dringen. “Technisch talent wordt de nieuwe elite,” stelt voorzitter Doekle Terpstra. “Deze makers van morgen gaan de komende jaren het verschil maken bij de grote maatschappelijke opgaven.”

De installatiebranche presteert prima, weet Techniek Nederland-voorzitter Doekle Terpstra. “Orderportefeuilles zijn veelal goed gevuld. Inzoomend op deelmarkten zie je dat de nieuwbouw van woningen onder druk staat. Daarbij speelt een combinatie van factoren: de stikstofproblematiek, gestegen bouwkosten, de doorlooptijd van procedures en de hoge

rente. Leden van Techniek Nederland die voornamelijk in de woningbouw actief zijn, merken nu dat hun activiteiten stagneren.” In veel andere deelmarkten is de personeelskrapte volop aanwezig. “Er is nog altijd een tekort van zo’n 20.000 technische vakmensen.”

“TECHNISCH TALENT IS DE NIEUWE ELITE OP DE ARBEIDSMARKT.”

ZELFBEWUSTE BEDRIJVEN

Nederland telt zo'n 190.000 mensen met een technisch beroep. “Hun werk verandert snel, mede door de digitalisering. Installaties zijn steeds complexer, de installateur wordt een system integrator die een sleutelrol speelt in de bouwketen.”

Deze ontwikkeling leidt ertoe dat de sector steeds zelfbewuster wordt. “Installatiebedrijven worden assertiever. Waren zij tien jaar geleden vooral onderaannemer, nu zijn ze in toeneemende mate regisseur. Die ontwikkeling zet zich door. Er zijn steeds meer voorbeelden van projecten waar installateurs in de lead zijn. Dit heeft impact op de functie-inhoud en op het arbeidsmarktperspectief in de sector.”

VERBORGEN PAREL

Deze ontwikkeling vraagt ook om hoger opgeleid personeel. “De verbinding met het hbo kan beter, maar ik zie gelukkig van beide kanten beweging,” aldus Terpstra. “Scholen leiden vaker op voor de technieksector. Mooi voorbeeld is *Be an engineer*, een initiatief van hogescholen waarbij techniekonderwijs en praktijk samengaan. Grote kansen zijn er bij toegepast onderzoek, wat mij betreft echt een verborgen parel. Techniek Nederland bemiddelt graag bij het contact met scholen.”

ACHTERDEUR DICHT

In 2022 was 70% van de nieuwe technische medewerkers zij-instromer. “Vaak kiezen zij voor onze sector omdat ze bij willen dragen aan de verduurzaming van Nederland. Een intrinsieke maatschappelijke motivatie, los van de prima arbeidsvoorwaarden.”

Een aanzienlijk deel van de zij-instromers blijkt echter de techniek weer snel te verruilen voor een andere sector. “Hun verwachtingen komen niet uit. Denk aan de werk-privébalans en aan zeggenschap over de invulling van de functie. Daar ligt voor technische bedrijven zeker een opgave. Als mensen door de voordeur binnenkomen, moet de achterdeur wel dicht zijn.”

NEDERLAND HEEFT SUPERHELDEN NODIG



Techniek Nederland startte eind september met een landelijke arbeidsmarktcampagne voor de installatiebranche. Het concept is in nauwe samenwerking met leden ontwikkeld. Met een knipoog naar superhelden uit stripboeken en films is de boodschap van de campagne: werk je in de techniek dan heb je speciale krachten die Nederland hard nodig heeft.

De verschillende karakters in de campagne staan elk voor een technische deelsector: van woningen, kantoren en bedrijven tot industrie, infra en duurzame energie. De doelgroep krijgt hierdoor een goed beeld van het gevarieerde werk in de techniek.

Meer informatie op jekuntzoveelmeerindetechniek.nl

MAMMOETTANKER

Bijna een derde van de instroom bij technische bedrijven kwam vorig jaar vanuit het onderwijs. “Dat percentage moet omhoog,” stelt Terpstra. “Van oudsher opereert het mbo aanbodgericht, terwijl juist de beroepspraktijk leidend moet zijn. Gelukkig zien steeds meer scholen dat in. Onderwijs vindt minder in de klas en vaker bij bedrijven plaats, maar die ontwikkeling gaat langzaam. Onderwijs is een mammoettanker.”

ZELF AAN HET ROER

Steeds meer installateurs staan liever zelf aan het roer en starten een eigen bedrijfsschool. Een goede zaak, stelt Terpstra. “Er zijn mooie voorbeelden waarbij installatiebedrijven nauw samenwerken met mbo-scholen. Die borgen de kwaliteit, de praktijkopleiding vindt in de bedrijven plaats waarbij vaak hybride docenten worden ingezet. Dat zijn mensen die deels in de praktijk werken en dus op de hoogte zijn van de laatste ontwikkelingen én deels voor de klas staan.”

GUNSTIGE VOORTEKENEN

Techniek Nederland ziet een lichte toename in aanmeldingen voor techniekopleidingen in vmbo en mbo. “We rekenen ons niet rijk, maar

de voortekenen zijn gunstig. Het imago van techniek wordt beter, het vak staat in de picture. Installatiebedrijven zijn zelfbewust, laten hun gave projecten graag zien. De aantrekkingskracht van techniek neemt daardoor verder toe.”

HONDERDEN MILJOENEN

Het Rijk realiseert zich volgens Terpstra terdege de cruciale rol van technische bedrijven. “Techniek Nederland zit bij al het relevante overleg aan tafel. Dat resulteerde onder meer in de LLO Katalysator. Hiermee worden honderden groeifondsmiljoenen ingezet voor een leven lang ontwikkelen, met de nadruk op techniek en de energietransitie.”

NIEUWE ELITE

De lobby van Techniek Nederland gaat onverminderd door. “De focus ligt daarbij nu op het regeerakkoord van het volgende kabinet. Daarin moeten de belangen van de sector nadrukkelijk terugkomen, met het waarborgen van voldoende technisch talent als speerpunt.” Want deze makers van morgen moeten volgens Terpstra de komende jaren bij grote maatschappelijke opgaven het verschil maken. “Zij zijn de nieuwe elite op de arbeidsmarkt.”

**Mama,
hoe word
ik dokter?**

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

Gelukkig zijn er de MAMAS.

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

Steun de MAMAS.
Ga naar www.kinderfondsmamas.nl

Kinderfonds
mamas 

VELUWE | 65PLUS

UITZENDBUREAU

voor flexibele krachten met een PLUS

Voordelen van 65-plus uitzendkrachten:

- ✓ bijzonder flexibel inzetbaar*
- ✓ zeer gemotiveerd
- ✓ jarenlange ervaring
- ✓ goede werkinstelling
- ✓ lagere loonsom

*U kunt onze uitzendkrachten op oproep inzetten (geen vaste urenafname). Daarnaast leveren wij grotere aantallen voor korte tijd (bijvoorbeeld voor één dagdeel) of werken met een flexibele poule van uitzendkrachten.

www.veluwe65plus.nl

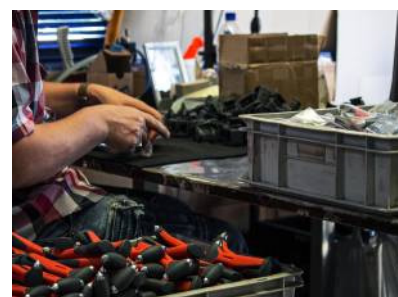
055-8436282



AARTS

Wij willen uw product graag verpakken

Montage/assemblage werkzaamheden • Hoogfrequent lassen
Blisteren • Lassen blisters en foliën • Inpakwerkzaamheden



Spinfondsweg 27

8171 NT Vaassen (Industrieterrein Eekterveld)

(0578) 571540

info@aarts.nl www.aarts.nl



BEDRIJFSWAGENTESTDAG: IN HET VOLGENDE NUMMER!

Vanaf 1 januari 2025 vervalt de BPM-vrijstelling op bestelauto's voor ondernemers. Een klein jaar voor de afschaffing van de vrijstelling, op 18 januari ontdekten deelnemers aan de bedrijfswagentestdag van Driesteden BUSINESS de nieuwste bedrijfswagens.

Het afschaffen van de BPM-vrijstelling houdt in dat vanaf 2025 ondernemers BPM (Belasting op Personenauto's en Motorvoertuigen) gaan betalen voor een nieuwe bedrijfswagen (met grijs kenteken). Voor elektrische bestelauto's blijft de uitzondering nog wel bestaan.

Tijdens de autotestdag testten diverse ondernemers uit de regio auto's die door verschillende autodealers ter beschikking werden gesteld. Elke testrijder maakte testritten in verschillende auto's, waarbij we een tussenstop maakten en van voertuig wisselden.

De testrijders vulden bij elke tussenstop hun bevindingen in op een formulier. Deze bevindingen vormen de basis voor de testverslagen in het komende magazine van Driesteden BUSINESS (online en

print). Tussen de testritten door was er voor de deelnemers bovendien gelegenheid om te netwerken.

Lees in de volgende edities van Driesteden BUSINESS een terugblik op de bedrijfswagentestdag en hoe de deelnemers de betrokken wagens hebben beoordeeld.

De bedrijfswagentestdag van Driesteden BUSINESS werd mede mogelijk gemaakt door

Broekhuis
Pouw
Bochane

Bochane

jouw mobiliteitspartner
als je vooruit wil





EÉN OP DE VIJF BEDRIJVEN HEEFT GEEN AANDACHT VOOR VITALITEIT

Bij maar liefst achttien procent van de bedrijven is er geen aandacht voor vitaliteit. Dit blijkt uit het vitaliteitsonderzoek van OneFit, bekend van het flexibele sport membership, onder ruim 1.500 medewerkers en HR-betrokkenen. De voornaamste redenen hiervoor zijn volgens HR-betrokkenen dat medewerkers het op hun eigen manier doen (26%) en dat het niet past bij de bedrijfscultuur (16%). Toch hebben medewerkers wel behoefte aan een werkgever die zich om hun vitaliteit bekommert. Zeventig procent geeft namelijk aan het belangrijk te vinden dat zijn werkgever tijd en geld besteedt aan vitaliteit.

35

BEHOEFTE AAN PERSOONLIJK BUDGET

Het feit dat iedereen op zijn eigen manier bezig is met vitaliteit, hoeft geen reden voor werkgevers te zijn om hier geen aandacht aan te besteden. Werkgevers kunnen medewerkers bijvoorbeeld ondersteunen met een persoonlijk budget dat zij vrij kunnen besteden aan mentale en fysieke vitaliteit. 23 procent van de medewerkers en 32 procent van de HR-betrokkenen geven aan dat hun werkgever een vitaliteitsbudget beschikbaar stelt. Blijkbaar is de HR-afdeling hier dus beter van op de hoogte. Meer communicatie omtrent dergelijke secundaire arbeidsvoorwaarden kan ervoor zorgen dat medewerkers door de hele organisatie weten dat er een budget beschikbaar is om aan vitaliteit te besteden.

Ruim een op de vijf medewerkers (22%) heeft helemaal geen bestedingsruimte voor vitaliteit, maar zou dit wel willen. Bijna vier op de tien HR-medewerkers (38%) zijn het hiermee eens. Het financiële aspect blijkt dus een pijnpunt als het gaat om vitaliteit. Bij het uitvoeren van een vitaliteitsbeleid is gebrek aan budget dan ook een uitdaging voor 22 procent van de HR-professionals.

UITEENLOPENDE WENSEN

Een hoop bedrijven hebben gelukkig wel budget beschikbaar om uit te geven aan vitaliteit. Toch hebben medewerkers en HR-professionals niet hetzelfde wensenlijstje om dit budget aan te besteden. Zo spendeert dertig procent van de medewerkers dit budget het liefst aan een sportschoolabonnement. Slechts zeventien procent van de HR-medewerkers geeft hier voorkeur aan. Zij willen graag dat het budget wordt uitgegeven aan coaching ter bevordering van de mentale gezondheid (27%). Dit geldt voor slechts veertien procent van de medewerkers.

Kari Littley, expert op het gebied van employee wellbeing bij OneFit: "Het is zorgwekkend dat nog zoveel bedrijven geen aandacht hebben voor vitaliteit. Juist omdat het belang hiervan inmiddels duidelijk is. Het is daarom essentieel voor werkgevers om vitaliteit bij medewerkers aan te pakken. Het nieuwe jaar is een mooi moment om daar direct mee te starten en vitaliteit op te nemen in het jaarplan. Brainstorm samen over initiatieven die in het plan opgenomen kunnen worden. Denk hierbij aan wandelen

tijdens meetings, met de fiets naar kantoor gaan of het aanbieden van gezonde snacks en fruit. Bespreek ook het budget dat hiervoor beschikbaar moet zijn. Daarnaast is het heel belangrijk om te achterhalen waar medewerkers behoefte aan hebben. Ga met ze om tafel, kijk wat bij jouw organisatie past én natuurlijk wat de prioriteiten volgens medewerkers zijn. De HR-afdeling kan veel goede ideeën hebben, maar uiteindelijk moeten de medewerkers wel intrinsiek gemotiveerd zijn om aan hun vitaliteit te werken. Als de HR-afdeling samenwerkt met de rest van de organisatie is het draagvlak groter en is er dus ook meer kans op een vitaal team. En dat is weer bevorderlijk voor de resultaten van het bedrijf."

OVER HET ONDERZOEK

Dit onderzoek is in opdracht van OneFit uitgevoerd door MarktEffect onder 1.515 werkende Nederlanders. Hieronder vallen 504 HR-betrokkenen en 1.011 medewerkers van andere afdelingen. Alle resultaten van het onderzoek zijn te lezen in de OneFit Vitaliteitsgids.



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 sessiehallen nodig heeft, boeken we deze zo veel mogelijk op één verdieping. Voor alle bijeenkomsten 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 sessiehallen. Congreslocatie Media Plaza heeft wel twintig zalen en foyers. Heb je een grote plenaire ruimte met een aantal kleine sessiehallen 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 zorginstanties 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 benodigheden 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 sessiehallen. 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



EASY1 **FACTUUR** FLOW

Bespaar **tijd** en **kosten** door jouw factuurverwerking te automatiseren

- ✓ Ontvang facturen via jouw Easy1 factureninbox of via het **beveiligde Peppol-netwerk**
- ✓ Automatische matching van facturen met inkopen en contracten voor **tijdwinst** en **foutreductie**
- ✓ Versnel het proces door **realtime inzicht** in waar en bij wie een factuur zich bevindt
- ✓ **Minder druk** op finance en de budgethouders; dus blijf medewerkers



Dé all-in-one tool voor jouw **contracten, declaraties, inkopen en inkoopfacturen!**

Ervaar het zelf!



HR-PROFESSIONALS SLECHT OP DE HOOGTE VAN WET- EN REGELGEVING 2024

Nederlandse HR-professionals zijn niet goed op de hoogte van de actuele en toekomstige wet- en regelgeving binnen hun vakgebied, inclusief ontwikkelingen die zich voordoen in 2024. Dit blijkt uit de HR Kennistest van Visma YouServe, waarin meer dan driehonderd Nederlandse HR-professionals werden ondervraagd over hun kennis en mening over verschillende bestaande en nieuwe HR-regelingen. Zo blijkt er veel onduidelijk te zijn over welke wetten er in 2024 van kracht zullen zijn en over wat deze wetten precies inhouden.



VERANDERINGEN LIJKEN MOEILIK BIJ TE BENEN

Het is voor veel HR-professionals lastig om alle veranderingen in de wetgeving bij te benen, zo is de meerderheid niet op de hoogte van de verwerping van het wetsvoorstel 'werken waar je wilt'. Op de vraag wanneer deze wet van kracht wordt, kon driekwart (73%) geen juist antwoord geven. Ook de stijging van het minimumloon in 2024 was voor velen onbekend. Zo wist 83 procent niet het exacte stijgingspercentage te benoemen. Daarnaast zijn de plannen die tijdens Prinsjesdag zijn gepresenteerd bij veel HR-professionals niet blijven hangen: maar liefst 83 procent is niet bekend met de vrijstelling voor het privégebruik van de OV-kaart en het OV-abonnement, om openbaar vervoer vanuit de werkgevers te stimuleren.

GROTE WENS VOOR HET MODERNISEREN VAN BELASTINGWETGEVING

Ook over de belastingwetgeving ontbreekt nog veel kennis bij HR-professionals. Op de vraag met hoeveel procent het eerste belastingschijftarief stijgt, wist slechts acht procent

het correcte antwoord van 0,03 procent te geven. Een groter aantal (12%) was ervan overtuigd dat het juiste antwoord 0,04 procent was, terwijl maar liefst drie op de vijf (59%) aangaf geen idee te hebben. Het is dan ook niet gek dat bijna de helft van de HR-professionals (45%) het moderniseren en eenvoudiger maken van de belastingwetgeving en premieheffing als hoge prioriteit voor het nieuwe kabinet ziet.

Simon Kornblum, Director bij Visma YouServe: "Nederlandse HR-professionals staan voor een uitdaging in het continu bijhouden van de steeds veranderende wet- en regelgeving. Het is zorgelijk dat een groot deel niet op de hoogte is van cruciale wijzigingen en plannen. Dit kan leiden tot fouten en misverstanden, met nadelige effecten voor zowel werknemers als werkgevers. Deze situatie onderstreept de noodzaak van het continu up-to-date blijven met de laatste ontwikkelingen in het vakgebied."



JE BUSINESS IN 2024 UITBREIDEN? MET DE GROEIVERSNELLER ZET JE DIE STAP

Als ondernemer wil je je ideeën verder kunnen doorontwikkelen. Je hebt een toekomstbeeld over hoe jij jouw product of dienst in de markt wil zetten, hier in Nederland of zelfs daarbuiten. Soms heb je daarbij een steuntje in de rug nodig. Dan is het goed om te weten dat een organisatie als Oost NL je verder kan helpen met kennis, een netwerk en financiering via De Groeiversneller.



De Groeiversneller...? Gaat er een belletje rinkelen? Juist. De Groeiversneller is sinds 2017 een ondersteuningsprogramma voor Gelderse mkb-bedrijven, gefinancierd door provincie Gelderland en uitgevoerd door Oost NL in samenwerking met Gelderse partners zoals Connectr, Kiemt, Health Valley, Food Valley, de RCT's en de Economic Board. Het programma helpt ondernemers die de ambitie hebben om te groeien als het gaat om bijdragen aan maatschappelijke uitdagingen, zoals het terugdringen van CO₂, het produceren van gezond voedsel of het betaalbaar houden van de zorg. Met een kennisvoucher vanuit het programma kan de ondernemer de kosten voor externe expertise voor de helft terugkrijgen (max. € 10.000 bij een factuur van min. € 20.000).

"Oost NL is een van de grootste regionale ontwikkelingsmaatschappijen van Nederland. Wij werken in opdracht van de provincie om de economische groei van duurzame bedrijven in onze regio te ondersteunen. Vanuit een duidelijke maatschappelijke missie ondersteunen wij ondernemers binnen de sectoren Food, Energy, Tech en Health. Deze innovatieve bedrijven helpen we met de broodnodige financiële ondersteuning. Daarnaast stellen wij ook ons uitgebreide netwerk van experts beschikbaar. Wat dit programma uniek maakt, is dat de ondernemers zelf mogen kiezen welke partij ze willen inhuren om hun groeibelemmering weg te nemen. Dit kan heel specifiek zijn, bijvoorbeeld een bedrijf gespecialiseerd in patenten in de energiebranche", aldus Wouter van der Kley, projectleider bij Oost NL.

JE BEDRIJF VERDER LATEN GROEIEN?



Wil je weten wat De Groeiversneller voor jouw bedrijf kan betekenen? Scan de QR-code, dien online je Groeiplan in en wij nemen contact op voor een persoonlijk gesprek.

“Waar het ons met De Groeiversneller om gaat, is dat de ondernemer een stap verder komt in de duurzame groei van zijn business. We doen dat in principe voor eerder genoemde topsectoren, maar we kijken daarbij wel breder. Zolang de maatschappelijke uitdaging van de ondernemer maar helder is.”

GOED VOORBEELD DOET VOLGEN

De duurzame doelen van Gelderland staan voorop bij De Groeiversneller. Denk daarbij aan de energietransitie en gezondere, duurzame voeding. Wie zijn dan die bedrijven die gebruikmaken van De Groeiversneller? Twee mooie voorbeelden:

HOLLAND FOOD SERVICE VERS-PANKLAAR

In Oost-Nederland werken bedrijven, kennisinstellingen en overheden samen aan het aanbieden van gezond en betaalbaar voedsel om zo de klimaatdoelstellingen te behalen en de groeiende wereldbevolking te voeden. Het Wijchense Holland Food Service, al meer dan 130 jaar een familiebedrijf met inmiddels het predicaat ‘koninklijk’, is leverancier van eten en drinken. Vooral in de ouderenzorg.

Holland Food Service kijkt naar ontwikkelingen in de markt en kan zich zo blijven voorbereiden op een duurzame toekomst. Dat doet het bedrijf onder andere door het ontwikkelen van concepten om zorginstellingen te helpen met het verduurzamen van hun voedingsaanbod. Holland Food Service heeft bij Oost NL een groeivoucher aangevraagd en zet deze nu in voor het doorontwikkelen, testen en uitvoeren van circulaire concepten. Daarmee kan Holland Food Service niet alleen de eigen bedrijfsvoering verder verduurzamen, maar ook die van haar klanten. Een win-win-situatie.

“ONDERNEMERS VRAGEN BIJ ONS EXPERTISE, EEN NETWERK EN FINANCIËLE ONDERSTEUNING AAN.”

WIST JE DAT?

Wist je dat dankzij De Groeiversneller sinds 2017....

- 2.923 ontwikkelplannen van ondernemers zijn ontvangen en besproken?
- 1.546 kennisvouchers zijn toegekend?
- 1.700 experts hierdoor zijn ingehuurd?
- 81 financieringsanalyses zijn opgesteld?
- innovatie- en technologieontwikkeling het meest is ingezet?
- 40% van de aanvragen uit de sector Tech is ontvangen?
- met gemiddeld een 8,3 door deelnemers is beoordeeld?



VOLTA ENERGY

Volta Energy uit Duiven is gespecialiseerd in het bouwen en verhuren van aggregaten op zonne-energie. Het bedrijf streeft ernaar om zo groen mogelijke energie te leveren op locaties waar geen aansluiting op het elektriciteitsnet beschikbaar is, zoals bij bouwplaatsen en evenementen. Volta Energy heeft onlangs een prototype van een aggregaat ontwikkeld dat werkt op zonne-energie én dit kan opslaan in een waterstofcel. Het bedrijf heeft een voucher bij De Groeiversneller aangevraagd voor de doorontwikkeling van het aggregaat. Over waterstof valt namelijk nog veel te leren, zoals over het veilig werken met waterstof.



Dankzij de voucher van De Groeiversneller heeft Volta Energy verschillende experts kunnen inhuren die de kwaliteit van het aggregaat naar een hoger niveau tillen. Daarnaast hebben ze een internationaal marktonderzoek laten uitvoeren. Inmiddels worden er meer dan 250 zonne-aggregaten ingezet in Nederland en Europese landen, zoals Italië.



Meer informatie over Volta Energy en hoe zij de voucher van De Groeiversneller Demonstratie Energie inzetten, bekijk je via deze QR-code.



beoordeeld met een

8,3



oost.nl
Programmamanager van
De Groeiversneller

De Groeiversneller wordt gefinancierd door:

provincie
Gelderland

Je hebt
**zoveel aan
je hoofd**

Je hoofd is misschien
wel het belangrijkste dat je hebt.
Alles gebeurt tussen je slapen.
En als je goed slaapt, ben je vriendelijker.
Gelukkiger. En sta je open voor elkaar.

Je hebt dus echt veel aan je hoofd.
Rust 't maar goed uit.



Kom langs in onze winkel en laat je adviseren.
Snipperlingsdijk 50, Deventer | groeninrichters.nl

auping
met liefde



Crafter Hero Pakket

Maak van de Crafter jouw Crafter

Het is jouw bedrijfswagen, jij bent de baas. En dit is hét moment om je unieke Crafter te creëren. Met het tijdelijk verkrijgbare Hero Pakket waarmee je de Crafter stijlvoller, stoerder en sportiever kan maken. Van subtiele rode stiksels en (eco)leder tot sidebars en zwarte lichtmetalen velgen.

Meer over het unieke Crafter Hero Pakket vind je op pouw.nl of bekijk 'm nu bij je Pouw dealer.



Bedrijfswagens

.POUW

De nieuwe Kia EV9.

Maak een proefrit bij Van Mossel.



Movement that inspires

Vanaf:

€ 67.995

Soms is het tijd om het alledaagse te doorbreken. De Kia EV9. Een 100% elektrische SUV met een baanbrekend design, een rijbereik tot 563 kilometer en ultrasnel laden: tot 249 kilometer in 15 minuten. En met 7 comfortabele zitplaatsen biedt de EV9 ruimte en comfort voor iedereen.



Van Mossel

Van Mossel Apeldoorn

Oude Apeldoornseweg 40B, Apeldoorn
Tel: 055 - 36 82 840 | kia-vanmossel.nl

Het vermelde rijbereik is gemeten volgens WLTP. Genoemde actie en consumentenprijs zijn geldig bij aankoop van een nieuwe Kia EV9 met uiterste kentekenaanvraag op 31-03-2024 en uiterste registratie op 30-04-2024. Genoemde prijs is incl. kosten rijklaar maken. Getoond model kan afwijken van de beschreven uitvoering.



CAPABLE OF GREAT THINGS

DEFENDER



Van Mossel Land Rover Apeldoorn

Oude Apeldoornseweg 40A, 055 368 28 47, vanmossel-apeldoorn-landrover.nl

Min./max. gecombineerd verbruik: 2,5-14,8 l/100 km, resp. 40,0-6,7 km/l, CO₂-uitstoot 57-333 g/km. Afgebeeld model is uitgerust met opties en accessoires. Wijzigingen en fouten voorbehouden.

Van Mossel