

BUSINESS

ONDERNEMERSPLATFORM VOOR DE FOODVALLEY REGIO



WIM RUTTEN VAN PROJECTPILOOT
'MINDER VERSPILLING EN FRUSTRATIES'

MOBILITEITSPARTNER CLAXION
'NIET OVERHAAST BESLISSEN'

GEZOCHT: INNOVATIEVE ONDERNEMERS IN REGIO FOODVALLEY



MAURITS
≡ KAZERNE ≡

ONTDEK DE LEKKERSTE VERGADERPLEK VAN NEDERLAND

Vergader in de Mush Room, brainstorm in de Sweet Room, houd je strategische sessie in de Potato Room of ga lekker actief aan de slag in de Chef's Room. Verras je gasten en sluit de vergadering af met een unieke 360-graden tasting experience. Met vier vergaderruimtes in foodstyle wordt jouw vergadering in de Mauritskazerne een ervaring die inspiratie en creativiteit aanwakkert. Boek nu jouw vergaderruimte via www.mauritskazerne.nl/vergaderen.

BOEK NU JOUW VERGADERRUIMTE →





VOORUITKIJKEN

Mobiliteit wordt steeds complexer, met name door maatschappelijke veranderingen en grillig overheidsbeleid. Voor de coverstory van deze zomereditie gingen we op bezoek bij Claxion, een onafhankelijke leasemaatschappij en wagenparkbeheerder. Ze volgen de marktontwikkelingen op de voet en gebruiken hun kennis plus technische know-how om zakelijke klanten gericht te adviseren in hun keuzes.

We spraken ook met Wim Rutten van Projectpiloot. Hij is klaar met ellenlange vragenlijsten en oeverloze vergadersessies. Rutten wil overheden en het bedrijfsleven wakker schudden. “Start je een project op, breng dan alle betrokkenen bij elkaar en beantwoord vier simpele vragen. Daarmee breng je al bij voorbaat 90 tot 95 procent van de potentiële problemen en risico’s in beeld. Iedereen kan Projectpiloot worden en dat scheelt een hoop geld en frustraties.”

We kijken ook alvast vooruit naar de Innovatieprijs Regio Foodvalley op 16 oktober. Heb jij een product, dienst of idee waarmee je een grote impact maakt? Meld je innovatie dan snel aan via www.innovatieprijsregiofoodvalley.nl. Aanmelden kan tot en met 25 augustus 2024. En voor nu, een fijne zomer gewenst!



Zakenmagazine voor de FoodValley regio

JAARGANG 40
Juli 2024 editie 3

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

HOOFDREDACTIE (REDACTIONEEL)

Guus Hetterscheid

REDACTIE BIJDAGEN

Aart van der Haagen, Baart Koster,
Wilma Schreiber en Hans Ebersson

FOTOGRAFIE

Aart van der Haagen, Marcel Krijgsman

VORMGEVING / OPMAAK

Jan-Willem Bouwman,
Ton van Zoest

DRUK

Bal Media

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE

VM Sales en Support B.V.
Joep van der Linden t: 024-6423449
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 39 euro

COPYRIGHTS

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

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

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

Abonnees ontvangen 5 keer per jaar het vakblad, toegang tot het volledige archief op www.valleibusiness.nl, 12x per jaar de digitale nieuwsbrief, korting op lezeraanbiedingen Vallei Business, gratis opname bedrijvengids en vacatureservice.

www.valleibusiness.nl

- 6 FOV Regio Foodvalley
- 8 Projectpilot: 'Minder verspilling en frustraties'
- 12 Column CTS IT
- 13 Uitgeput door gebrek aan uitdaging en betekenis in je werk?
- 14 Onafhankelijke mobiliteitspartner Claxion
- 18 Gezocht: innovatieve ondernemers in Regio Foodvalley
- 19 Wicha Benus over Innovatieprijs Regio Foodvalley 2024
- 20 ICT Award
- 21 Dit is hoe je meer overzicht krijgt in complexe gespreksvoering
- 22 Tips voor Instagram en LinkedIn
- 25 Telefoon als waakhond voor vitaliteit
- 27 MVO
- 29 Column Financieringsgilde
- 30 Is het binnen een bedrijf echt zo anders dan thuis?
- 31 Werken met AI? Zorg dat je bedrijf AI-ready is
- 32 SEO voor MKB
- 34 Diversiteit in de Nederlandse technologiesector
- 36 Pitchen met power
- 39 Column Confirm
- 40 ISO Groep
- 41 BlossomField
- 42 Social media in 2024
- 44 AI voor MKB
- 47 Column MKBTR
- 48 Column Daniëlle de Vries Coaching
- 49 The LiveLab Company
- 51 Veenendaal investeert in de toekomst
- 52 Wat is mijn onderneming waard?
- 54 De verbindende kracht van het kerstgeschenk
- 56 Column Pension@Work
- 57 'Verandering moet vanuit de eigen organisatie komen'
- 58 Gelijk hebben, maar ook gelijk krijgen?
- 59 Online abonnementen verkopen via je website



OPROEP AAN AGRARISCHE ONDERNEMERS: ONDERZOEK NAAR LOKALE INITIATIEVEN IN DE REGIO FOODVALLEY

Regio Foodvalley zoekt de hulp van agrarische ondernemers voor een verkennend onderzoek naar lokale initiatieven zoals boerderijwinkels. In samenwerking met Eerlijk Eten uit de Streek en Streek-wijzer willen we weten waar ondernemers tegenaan lopen en hoe we hen kunnen ondersteunen, bij-voorbeeld in het stimuleren van de verkoop of het ontdekken van nieuwe bedrijfsvoeringskansen.



VOORDELEN VAN LOKAAL INKOPEN

Rechtstreeks kopen bij lokale producenten biedt voordelen zoals minder transport, stimulering van de lokale economie en een betere band tussen consumenten en producenten. Regio Foodvalley streeft naar een duurzaam, gezond en circulair voedselsysteem en wil daarom het regionale landbouw- en voedsel-netwerk versterken.

DOELEN VAN HET ONDERZOEK

Het verkennende onderzoek richt zich op:

- Inventariseren van behoeftes en kansen voor lokale initiatieven in de regio en gemeenten Putten en Bunschoten
- Rapportage van de bevindingen

- Overzicht van nieuwe afzetkanalen
- Aanbevelingen voor Regio Foodvalley
- Ontwikkeling van een visie voor de korte keten in de regio

OPROEP AAN ONDERNEMERS

Deel uw ervaringen en uitdagingen met ons en help de toekomst van regionale producten en korte ketens in Regio Foodvalley vorm te geven.

CONTACT

Voor deelname en meer informatie: Marlies Knol, Stichting Eerlijk Eten uit de Streek via info@eerlijketenuitdestreek.nl
René de Bruin, Streekwijzer via rdbruin@streekwijzer.nl

SAVE THE DATE: NETWERK- BIJENKOMST LIVING LAB DAY

Op 19 september is de jaarlijkse netwerk-bijeenkomst van het Living Lab Regio Foodvalley Circulair! Graag nodigen we alle betrokken ondernemers, opleidingen, beleidsambtenaren, partners, ambassadeurs, bestuurders en andere geïnteresseerden uit bij deze bijeenkomst. Hoe gaat het met onze circulaire projecten? Welke nieuwe circulaire ketens zijn in de maak? Wat is nodig om van circulair écht het nieuwe normaal te maken? Waar moeten de schouders samen onder?



We besteden speciale aandacht aan de samenwerking van de 3 O's: ondernemers, onderwijs en overheid en de rol van de gemeenten.

VOORLOPIGE PROGRAMMA

- Om 9.00 uur staat de koffie en thee voor u klaar. Het programma start om 9.30 en bevat onder meer:
- Update over de relevante circulaire ontwikkelingen, activiteiten en projecten binnen het Living Lab Regio Foodvalley Circulair
- Circulaire cases uit de living lab praktijk: samen op zoek naar versnelling!
- De Circulaire Zeepekist: uitwisseling van circulaire updates, pitches en oproepen.
- Uitwisseling van circulaire beleidsambities bij de gemeenten.
- Circulair werken als uitgangspunt, wat vraagt dat van ons?
- Wat worden onze prioriteiten voor het komende jaar?
- Om 12.00 uur is er een gezamenlijke netwerklunch.

NOTEER DE DATUM ALVAST IN DE AGENDA.

Meer informatie en aanmelden kan via www.regiofoodvalleycirculair.nl/agenda

MONIQUE ESSELBRUGGE WORDT NIEUWE DIRECTEUR REGIO FOODVALLEY



Monique Esselbrugge (53 jaar) is de nieuwe directeur van Regio Foodvalley. Zij is daarmee de opvolger van interim-directeur Bas Mulder.

"Met Monique verwelkomen we een ervaren en gedreven netwerker die de actuele maatschappelijke regionale thema's verder kan brengen. Naast haar ervaring op de voor de regio belangrijke onderwerpen (landelijk gebied, wonen, mobiliteit en economie), krijgt de regio iemand die beweging brengt en de regio kan helpen naar de volgende stap. Wij wensen Monique succes in haar nieuwe functie en zien uit naar een prettige samenwerking.", vertelt René Verhulst, voorzitter Regio Foodvalley. Esselbrugge begint op 1 september op het regiokantoor Foodvalley in Ede.

Esselbrugge over haar nieuwe functie als secretaris-directeur: "Ik heb zin om mijn ervaring, talenten en persoonlijkheid in te zetten voor een regio met ambitie en de betekenisvolle onderwerpen. Als secretaris-directeur zal ik anderen laten excelleren en in positie brengen. Dit doe ik door te verbinden en aan te jagen en met vernieuwende aanpakken te komen."

Van 2018 tot nu is Monique Esselbrugge wethouder geweest in respectievelijk Nijmegen en Eindhoven.

Daarvoor was ze directeur ruimte en bereikbaarheid bij de Provincie Overijssel.

In Regio Foodvalley werken overheden, onderwijsinstellingen en ondernemers nauw samen aan een duurzame en veerkrachtige regio voor ondernemers en inwoners. We zijn koploper in toekomstbestendige voedselproductie. Regio Foodvalley is een dynamische en bruisende omgeving waar innovatieve bedrijven, baanbrekend onderzoek en hoogwaardig onderwijs samenkomen. Dit doen we aan de hand van projecten uit de Strategische Agenda, zoals vitale landbouw, voeding, energietransitie en circulaire economie. Monique stimuleert de samenwerking om deze projecten verder te brengen.

Daarnaast is Esselbrugge verantwoordelijk voor de intergemeentelijke samenwerking van acht gemeenten (Barneveld, Ede, Nijkerk, Renswoude, Rheden, Scherpenzeel, Veenendaal en Wageningen) op de terreinen economie, werkgelegenheid, ruimtelijke ontwikkeling, wonen en mobiliteit. Deze gemeenten geven daarmee uitvoering aan de opgave voor de gemeenten in de Strategische Agenda.

Ook geeft Esselbrugge leiding aan het regiokantoor van Regio Foodvalley waar ongeveer 25 medewerkers werken.

INSPIRATION DINNER 2024

Op 6 juni vond het jaarlijkse Inspiration Dinner 2024 van de Economic Board Regio Foodvalley plaats. De Economic Board wil met de organisatie van dit diner mensen van binnen en buiten de regio inspireren om met elkaar samen te werken aan een toekomstbestendige Regio Foodvalley.

THEMA VAN DE AVOND

Deze avond had als thema de 'Welke werknemer heeft Regio Foodvalley nodig in 2030?'. Bijna 50 ondernemers, bestuurders uit het onderwijs en de overheid gingen hierover met elkaar in gesprek. Jan Jacob van Dijk, voorzitter van de Economic Board, opende de avond.

STRATEGISCHE AGENDA

Na een hartelijk welkom aan alle aanwezigen benoemde Jan Jacob van Dijk dat in de regio druk wordt gewerkt aan een nieuwe Strategische Agenda. Hij liet daarbij zien waarom deze agenda belangrijk is voor onze regio.

SPREKERS

Daarna kreeg Jacco Vonhof, voorzitter van MKB-Nederland, het woord. Hij deed een oproep aan de overheid om te streven naar Vereenvoudiging, Voorspelbaarheid en Vertrouwen. Ondernemers kunnen daar zelf ook een bijdrage aan leveren vanuit Vernieuwen, Versnellen en Verbinden.

Marc van der Meer, zelfstandig onderzoeker arbeidsmarkt-onderwijs, nam vervolgens de aanwezigen mee in de toekomst van werken en leren in Regio Foodvalley en de uitdagingen die dit met zich meebrengt. Belangrijke aandachtspunt hierbij was om de creativiteit weer terug te brengen in het onderwijs en bij studenten. Want meer creativiteit betekent uiteindelijk een grotere inzetbaarheid op de werkvloer. Ook kwam het belang van onderwijs op maat naar voren: op locatie in samenwerking met de ondernemers waarbij leren en werken wordt gecombineerd.

HET DINER

Na deze twee inspirerende sprekers was het tijd om te genieten van een heerlijk diner. Jan Jacob van Dijk sloot de avond af. Het Inspiration Dinner vond plaats aan de vooravond van de Regio Foodvalley Days waar we partners en stakeholders uit Regio Foodvalley meenamen de regio in. Zij konden met de bus of per fiets kiezen voor een toer langs mooie duurzame projecten in de regio.



ONTDEK EN ONTMOET REGIO FOODVALLEY

Regio Foodvalley is een regio waar veel innovatieve en duurzame ideeën tot bloei komen die het verschil maken. 'Ontdek en ontmoet' was het thema van de netwerkbijeenkomst die op 7 juni in Regio Foodvalley bij Aeres Hogeschool Wageningen plaatsvond. Ruim 120 deelnemers zagen op verschillende locaties hoe samenwerken in Regio Foodvalley impact maakt en bijdraagt aan een duurzame en gezonde toekomst.

Keynote-spreker Babette Porcelijn van Think Big Act Now vertelde over de dag dat ze ontdekte dat er elke dag 27 miljoen bomen meer verdwijnen dan erbij komen. Die dag werd zij zich bewust van de blinde vlek in ons denken over duurzaamheid: de verborgen impact. Die impact zien we niet, die vindt namelijk ergens anders op de wereld plaats. Daar waar onze spullen worden gemaakt. Vanaf dat moment ging ze die verborgen impact onderzoeken. Ze kwam erachter dat de grootste impact niet in de dingen zit die je misschien zou verwachten. Porcelijn: "We denken bijvoorbeeld vaak dat vlees eten en vliegen het schadelijkst zijn voor het klimaat. Het blijkt vooral onze spullen te zijn. En de milieuvervuiling aan de andere kant van de wereld neemt niet af omdat wij hier spullen kopen die goed zijn voor het milieu. Pas als we weten waar de grootste problemen zitten, kunnen we veel effectievere keuzes maken."

REGIOTOUR

In Regio Foodvalley werken overheden, onderwijs- en kennisinstellingen met ondernemers aan een toekomstbestendige regio waar het goed leven en werken is. Hoe passen bedrijven duurzaamheid in de praktijk toe? En wat is daarvoor nodig? Tijdens de regiotor staptten de deelnemers op de fiets of in de bus en maakten kennis met verschillende projecten uit Wageningen, Rhenen en omgeving. Zoals de pilot Regionaal Energieteam Bedrijven op bedrijventerrein Remmerden. Projectleider Hester Weideman vertelde over hoe bedrijven op bedrijventerreinen kunnen samenwerken om energiebesparing te bevorderen, groene energie op te wekken, op te slaan en meer. Weideman: "In een relatief kort tijdsbestek aan een langetermijnoplossing werken, vraagt om daadkracht en vertrouwen, een kwestie van geven en nemen."



Een aantal deelnemers bezochten ook de Stadsbrouwerij Wageningen. In deze brouwerij brouwen de eigenaren bieren waarbij op veel aspecten duurzame keuzes worden gemaakt. Zo werken zij samen met vijf boeren voor verschillende lokale granen. "Bij Stadsbrouwerij Wageningen drink je lekker bier en steun je tegelijk het lokale landschap", aldus Dennis Lebbing van de Stadsbrouwerij. In Achterberg (Rhenen) wonen Dick en Ria Hogenkamp in een bijzonder duurzaam huis: "Wij wonen in een uniek huis, opgebouwd uit stro-elementen. Stro is een milieuvriendelijk product, isoleert goed; het wordt van restproduct een primaire grondstof. Duurzaam bouwen is niet duurder dan traditioneel bouwen. We laten dit graag zien om zo anderen te inspireren!" En op het lupineveld op de Wageningse Eng vertelden Marieke Lameris (Lekker Lupine) en teler Edwin Tigchelaar over de veelzijdige, voedzame, gezonde en duurzame lupineboon. "Het telen en eten van lokale peulvruchten draagt bij aan duurzame en gezonde bodem, biodiversiteit en is goed voor boer en burger" lichte Lameris toe.

REGIO FOODVALLEY DAYS

De regiotor vormde een onderdeel van de Foodvalley Days die op 6, 7 en 8 juni 2024 plaatsvonden. Drie dagen vol inspiratie en kennismaken met een regio die een unieke positie heeft op het gebied van agrifood, voeding en gezondheid. Op 6 juni vond een Inspiration Dinner plaats. Op 8 juni kon iedereen op stap gaan in de regio met de wandel- en fietswijzer van Regio Foodvalley.



WIM RUTTEN WIL VAN IEDERE VERANTWOORDELIJKE EEN PROJECTPILOOT MAKEN

'MINDER VERSPILLING EN FRUSTRATIES'

Ellenlange vragenlijsten. Een bulk aan documenten. Oeverloze vergadersessies. Testen of alles werkt en dat later nogmaals controleren. Wim Rutten is er klaar mee en wil overheden en het bedrijfsleven wakker schudden. "Start je een project op, breng dan alle betrokkenen bij elkaar en beantwoord vier simpele vragen. Daarmee breng je al bij voorbaat 90 tot 95 procent van de potentiële problemen en risico's in beeld. Iedereen kan Projectpiloot worden en dat scheelt een hoop geld en frustraties." Rutten wil iemand van waarde zijn, zodat succes een standaard wordt binnen organisaties.

Rutten omschrijft zichzelf als 'een kwaliteitsman in hart en nieren'. "Van oorsprong ben ik werktuigbouwkundige, afgestudeerd in 1990. Half technisch, half bedrijfskundig, met een specialisatie in kwaliteitszorg. Daarmee behoorde ik destijds tot de eersten in Nederland, in de tijd dat ISO 9001 nog in de kinderschoenen stond. Diverse lijnfuncties later, met steeds meer ICT erbij, kwam ik in de consultancy terecht. Als eerste opdracht moest ik voor drie weken iemand vervangen in het testen van een webapplicatie voor een online-verzekering. Dat werd een traject van anderhalf jaar, waarbij mijn focus op de voorfase kwam te liggen. Testen is controle en per definitie verspilling. Wanneer je iets meteen goed bouwt, hoef je het achteraf niet meer te testen. Dat heeft veel met vertrouwen te maken. Bij een auto ga je de airbag niet testen. Zou je dat wel doen,

wie geeft je dan de garantie dat de volgende ook werkt? Bovendien raak je daar een hoop geld aan kwijt."

NIET GELUISTERD

Een case verduidelijkt de zaak. "Ik ben weleens ingehuurd door een grote particuliere auto-importeur in het midden des lands. Van veertien projecten hield ik bij hoeveel tijd er verloren ging aan testen en hertesten. Uit de adviesrapporten die de verantwoordelijken vrijgaven bleek dat er dingen werden opgeleverd die niet aan de verwachtingen en de eisen van de opdrachtgever voldeden. Dat koppelde ik terug naar de ontwikkelaars, met de vraag: 'Wat is de reden dat je het zo gebouwd hebt?' Antwoord: 'Dat riep ik een jaar geleden al, maar er wordt niet naar me geluisterd. Ze nemen me niet serieus.' Aha. Ik kreeg steeds meer door





dat als je nou in de beginfase eens met z'n tien bij elkaar had gezeten, luisterend naar elkaar, dat het probleem dan al in een vroeg stadium getackeld was. Nu, een jaar verder, konden mensen 200 definities gaan herschrijven, wat 600 uur in beslag nam. Dan heb ik het nog niet over al het rework. Dat zorgde niet alleen voor verspilling, maar ook voor een hoop frustraties."

RISICO EN IMPACT

Het ging deze projecten over risicoafwegingen, waarbij Rutten naar eigen zeggen het tijdsbestek met de helft terugbracht. "Eerst bracht ik de functionaliteiten goed in kaart. Vervolgens vroeg ik de ontwikkelaars: 'Hoe groot acht je kans dat er iets mee misgaat?' En de opdrachtgever: 'Stel dat dat gebeurt, wat voor impact heeft dat dan op de organisatie?' Beide elementen kregen een rapportcijfer en kwamen tegenover elkaar te staan. 5-5, 8-9, noem maar op. Dat alles zette ik uit in een diagram en daarmee verkreeg ik een totaaloverzicht van alle functionaliteiten. Daarbij kwam een groot gevaar aan het licht, namelijk een kleine kans met een grote impact. Dat een ontwikkelaar denkt: 'Dat doe ik wel even.' Ik heb meegemaakt dat als gevolg van zo'n moment van laksheid ruim 50.000 salarisstroken

met het verkeerde bedrag zouden worden verstuurd. We waren net op tijd! Kun je je voorstellen wat dát teweegbrengt binnen een organisatie? Het zorgde er wel voor dat ik bij elk project achter de feiten aan bleef lopen. Ik ging voor mezelf aan de slag om een aanpak te ontwikkelen, zodat ik hier meer grip op kon houden. NaFIGeren, noem ik dat. Met een F. Pas later bleek dat deze aanpak voor alle processen geldt, dus niet alleen voor projecten.

"NU KOMEN WE UIT BIJ HET PRINCIPE VAN DE PROJECTPILOOT."

TOETERS EN BELLEN

Ineens viel bij Rutten het kwartje. "We doen allemaal één ding hetzelfde, namelijk acties uitvoeren om doelen te bereiken, vanuit een bepaalde behoefte. Het makkelijkst is de rechte lijn, maar daar wijk je altijd van af. Stel dat je in theorie een huis kunt kopen voor een half miljoen, maar doordat je een leaseauto hebt, krijg je maar 450.000 hypotheek. Dat betekent andere keuzes

maken en niet blind blijven vasthouden aan het doel. Zeker, je moet je ergens op richten, maar niet vergeten om het af te stemmen op de behoefte. Het gaat erom dat een doel iets toevoegt. Een applicatie, bijvoorbeeld. Je kunt een Ferrari met alle toeters en bellen neerzetten, maar wat nu als de eindgebruiker aan een Volkswagen Polo genoeg heeft? Overkill maakt mensen onzeker en de foutkans groter, bovendien wordt de schade veel duurder wanneer er iets gebeurt dat niet de bedoeling is. Nu komen we uit bij het principe van de Projectpilot. Je creëert altijd als eerste overzicht en dat doe je door slechts vier vragen te stellen: waar loop je tot nu toe tegenaan met betrekking tot je huidige werkzaamheden?, wat vind je dat nu goed gaat?, waar zie je grootste risico's? en waar heb je meeste behoefte aan? Zo maak je het krachtig en behapbaar. Vaak zie je ellenlange vragenlijsten, maar na vraag tien neemt niemand het meer serieus en ga je belangrijke zaken missen."

200 GEELTJES

Vanuit een intrinsieke motivatie om overheden en bedrijfsleven gezonder te maken organiseert Rutten tegenwoordig halfdagse workshops voor groepen van circa acht

NIS2, OOK BINNEN HET MKB: TIJDIGE VOORBEREIDING IS ESSENTIEEL

Omdat NIS2 voor veel organisaties gevolgen krijgt, zijn ze bij CTS IT druk in de weer met de voorbereidingen. Securityspecialist Remon Wieberdink legt uit: "Als de 'IT en Security Businesspartner' voor onze klanten pakken wij actief de begeleidende rol op. NIS 2 is een specialistisch onderwerp dat vele raakvlakken heeft met onze dienstverlening."

In onze snel digitaliserende wereld wordt informatiebeveiliging steeds crucialer. Cyberaanvallen, die zowel kleine bedrijven als grote bedrijven treffen, onderschrijven de noodzaak voor een gedegen cyberveiligheid. De Europese Unie antwoordt hierop met de NIS2 richtlijn, die een breed scala aan beveiligings- & compliance eisen introduceert. Dit heeft directe impact op veel organisaties, mogelijk ook die van jou.

Los van de verplichting, biedt de richtlijn een brede basis voor een goed Securitybeleid. Door genomen beveiligingsmaatregelen af te meten aan de 10 controlegebieden vanuit NIS2, krijgen we een goed beeld van de actuele situatie waarbij NIS2 voorkomt dat specifieke aspecten onderbelicht blijven. Dat biedt organisaties extra inzicht voor het nemen van afgewogen besluiten rondom cybersecurity, zodat de juiste maatregelen en investeringen worden genomen.

Het vergelijk gaat ook gevolgen hebben voor IT-dienstverleners zelf, omdat het aantoon in hoeverre partijen hun dienstenpakket op orde hebben. CTS IT is ervan overtuigd dat dit de eigen positie versterkt, aangezien Security reeds een aantal jaar de basis is voor het dienstenportfolio.

WAAR BEGIN IK?

De NIS2 richtlijn vereist dat organisaties regelmatig hun cyberveiligheidsrisico's evalueren en een beleid ontwikkelen dat deze risico's adequaat aanpakt. Belangrijke onderdelen daarin zijn:

- **Risicoanalyse:** om te beginnen is het belangrijk een gedegen risicoanalyse te hebben, die ook periodiek wordt herzien. Dit helpt om een helder beeld te krijgen van potentiële kwetsbaarheden binnen je organisatie.
- **Beleid en Training:** ontwikkel verder een beleid dat niet alleen de technische aspecten dekt, maar ook zorgt voor bewustwording en training van personeel. Cybersecurity is immers niet alleen een IT-kwestie, het is een organisatiebrede verantwoordelijkheid.
- **Leveranciersbeheer:** onder de NIS2 wordt ook van je verwacht dat je de beveiliging van je leveranciersketen beoordeelt. Dit is van belang omdat cyberaanvallen met regelmaat plaatsvinden via (minder beveiligde) partners.

ACHTERGROND EN WETGEVING

De overgang naar de Europese NIS2-richtlijn betekent dat de Nederlandse overheid druk bezig is met het vertalen van deze richtlijn naar nationale wetgeving. Dit complexe proces, dat vermoedelijk later dit jaar meer vorm krijgt, zal uiteindelijk meer sectoren en organisaties betreffen, met nog strengere eisen. Daarbij kunnen overtredingen leiden tot boetes die oplopen tot 2% van de jaaromzet.

Tijdige voorbereiding is cruciaal: vanwege de veranderlijke aard van cyberdreigingen is het belangrijk nu te beginnen met het on-



derzoeken en doorvoeren van benodigde beveiligingsmaatregelen. Wachten op de definitieve wetgeving is riskant. Door nu proactief te handelen, bescherm je niet alleen beter tegen bestaande bedreigingen, maar zorg je ook dat jullie klaarstaan om aan de toekomstige wettelijke eisen te voldoen. Het voortdurend evalueren en bijstellen van je cybersecuritystrategie is noodzakelijk om zowel compliant te blijven als om effectief te reageren op nieuwe en evoluerende cyberdreigingen.

MEER WETEN?

Wil je meer weten over hoe de NIS2 richtlijn invloed heeft op jouw bedrijf en hoe je de vereiste maatregelen kunt implementeren? CTS IT staat klaar om je te begeleiden met onder meer onze NIS2 workshop. Daarin maken we, op basis van een inventarisatie, het vergelijk van de actuele situatie aan de NIS2 richtlijn. Dit is de basis voor het advies met daarin concreet te nemen maatregelen ter verbetering van het veiligheidsniveau, zowel algemeen organisatorisch als specifiek gericht op de inrichting van het IT landschap.

Remon Wieberdink
Security Consultant
CTS IT



ANDERS VERDER
www.anders-verder.nl

UITGEPUT DOOR GEBREK AAN UITDAGING EN BETEKENIS IN JE WERK?

Het antwoord hierop is JA! Het moderne werklandschap kent twee uitersten die een bedreiging vormen voor het welzijn van medewerkers: **burn-out**, veroorzaakt door aanhoudende stress en overbelasting en **bore-out**, voortkomend uit stress door verveling, intellectuele onderbelasting, gebrek aan uitdaging en te veel routine in het werk. Beide kunnen ernstige gevolgen hebben voor de mentale en de fysieke gezondheid en de symptomen lijken ook nog eens op elkaar met uitputting tot gevolg. Toch is er relatief minder aandacht voor bore-out, de oorzaken hiervan en wat je als organisatie kunt doen om de kans hierop te verkleinen.

Daarom vandaag **bore-out** in de spotlight en wat je als organisatie preventief kunt doen:

Weet wat er speelt bij medewerkers en maakt het bespreekbaar: niet iedereen durft aan te kaarten wat er speelt, omdat een bore-out - naast de fysieke en mentale klachten - vaak gepaard gaat met gevoel van schuld en schaamte! Ga regelmatig het gesprek met elkaar aan over wat medewerkers nodig hebben als het gaat om werkplezier, uitdaging en afwisseling.

STIMULEER JOBCRAFTING: MAAK WERK BETEKENISVOLLER

Als je medewerkers de ruimte geeft om actief hun werk aan te passen, zodat deze beter aansluit bij hun talenten, interesses en waarden, dan krijg je als organisatie gemotiveerde en bevlogen medewerkers voor terug. Dit kan op verschillende manieren:

- Voeg uitdagende en interessante taken toe, of schakel over naar taken die beter passen bij iemands sterke punten.
- Versterk de professionele relaties door meer samen te werken met collega's die inspireren en motiveren.
- Verander je perceptie van je werk. Zoek naar manieren om betekenis en waarde te vinden in de taken die je uitvoert.

INVESTEER IN ONTWIKKELING EN GROEI

Persoonlijke en professionele groei houdt werk interessant en uitdagend. Stimuleer het volgen van trainingen, workshops, en bevorder doorgroeimogelijkheden binnen de organisatie.

REGELMATIGE ZELFREFLECTIE

Zelfreflectie is de sleutel waar iedere medewerker zelf verantwoordelijkheid voor draagt naast de maatregelen die een organisatie kan nemen.

Ik wil je dan ook uitnodigen om regelmatig de tijd te nemen om na te denken over je werk, over wat je nodig hebt en vervolgens hierover in gesprek te gaan met je leidinggevende. Stel jezelf vragen zoals:

- Voel ik me overweldigd door mijn taken (te veel/ te moeilijk)?
- Ben ik verveeld en ongeïnspireerd?
- Heb ik voldoende uitdaging of ben ik veel met routineklusjes bezig?
- Waar krijg ik energie van en wat kost me energie?

Loop jij als organisatie of als medewerker hierin vast? Wil je sparren over hoe dit aan te pakken, dan denk ik graag met je mee. Stuur dan een



ONAFHANKELIJKE MOBILITEITSPARTNER CLAXION HOUDT
MARKTONTWIKKELINGEN SCHERP IN DE GATEN

'NIET OVERHAAST BESLISSEN'

Mobilititeit wordt steeds complexer, met name door maatschappelijke veranderingen en grillig overheidsbeleid. Claxion volgt als onafhankelijke leasemaatschappij en wagenparkbeheerder de marktontwikkelingen op de voet en gebruikt die kennis plus technische know-how om zakelijke klanten gericht te adviseren in hun keuzes. "Probeer als ondernemer niet overhaast te beslissen. Kijk naar de langere termijn."

Meer dan ooit is het begrip mobiliteit met onzekerheden omgeven. "Vooral de laatste jaren confronteert de overheid het bedrijfsleven en in mindere mate ook particulieren telkens met nieuwe maatregelen", zegt Bert Haalboom, oprichter van Claxion. "Bijtellingsvoordelen en subsidies op elektrische voertuigen die na verloop van tijd weer verdwijnen, milieuzones in steden en vanaf 1 januari aanstaande BPM-heffing op bestelwagens. Ondernemers weten onderhand niet meer welke keuzes zij moeten maken om hun wagenpark betaalbaar en overal inzetbaar te houden. Het lijkt vanuit duurzaamheidsoogpunt heel mooi om elektrificatie door te voeren, maar daar zitten nog behoorlijk wat haken en ogen aan. Alleen al aan de kostenkant: een elektrische bus is nog steeds veel duurder dan een dieselvariant en schrijft harder af. Daarnaast schiet de actieradius bij intensief gebruik tekort, zeker wanneer je zware lading meeneemt en/of een flinke aanhanger te trekken hebt. Trouwens, door het eigen gewicht van de accu's schiet de totale massa van de bestelwagen met een volle laadbak al gauw door de kritische grens van 3500 kilogram heen, wanneer het een flinke bus betreft."

VRACHTWAGENRIJBEWIJS

Accountmanager Stefan Willigenburg legt de consequenties daarvan uit. "Officieel mag je een voertuig dat meer dan drieënhalve ton weegt alleen met een C1-rijbewijs besturen, voor lichte vrachtwagens. Er geldt op dit moment een tijdelijke ontheffing voor de categorie tot 4250 kilogram, omdat de overheid zich er niet goed raad mee

weet en wel graag een vergroening van het wagenpark wil doorvoeren. Eigenlijk zou deze vrijstelling tot 1 juli 2024 lopen, maar om de elektrificatie in het bestelwagensegment te stimuleren verlengt het ministerie deze gedoogperiode tot 1 juli 2025. Hoe zal het dan echter in de nabije toekomst gaan? Anticiperend daarop besloot een landelijk opererend koeriersbedrijf op een gegeven moment om grootschalig over te schakelen naar elektrische bussen en de chauffeurs op kosten van de zaak een C1-rijopleiding aan te bieden. Wat gebeurde er vervolgens? De desbetreffende medewerkers lieten zich, met het vrachtwagenrijbewijs op zak, verleiden door banen in de transportwereld waarmee ze meer konden verdienen. Overigens staat het verhaal met de zero-emissiezones in steden per 1 januari 2025 nog op losse schroeven, voor zover wij begrepen hebben. Het blijkt namelijk niet zo makkelijk haalbaar als gedacht, met name qua infrastructuur."

INTERESSANT ALTERNATIEF

Er is volgens de heren van Claxion toch al veel reuring in de bestelwagenmarkt, nu er een BPM-heffing aan zit te komen. "Die gaat per 1 januari 2025 in en heeft verstrekkende gevolgen voor de aanschafprijzen," aldus Haalboom. "Bij een compact model van het formaat Caddy komt er zomaar 10.000 euro bovenop en bij een beetje aangeklede Sprinter ligt dat al gauw tussen de 20.000 en 25.000 euro. Je ziet dus nu al dat de branche probeert om nog zoveel mogelijk van die bussen in 2024 te registreren. Het bedrijfsleven ondertussen maakt de afweging: nog maar een paar jaar langer doorrijden met de



bestaande voertuigen of juist vervroegd nieuwe aanschaffen? Wat ons betreft, is er nog een interessant alternatief mogelijk, ook na 1 januari. Namelijk kiezen voor jonge gebruikte bestellers, die vrij blijven van de BPM-druk. Wat ik maar wil zeggen: probeer als ondernemer niet overhaast te beslissen en vanuit een soort paniek te handelen. Neem de tijd en kijk naar wat op de langere termijn het beste uitpakt voor je business. Samen bedenken we altijd een passende, betaalbare oplossing. Het adviseren, daar ligt onze rol en meerwaarde als mobiliteitspartner.”

ZONDER BELANGEN

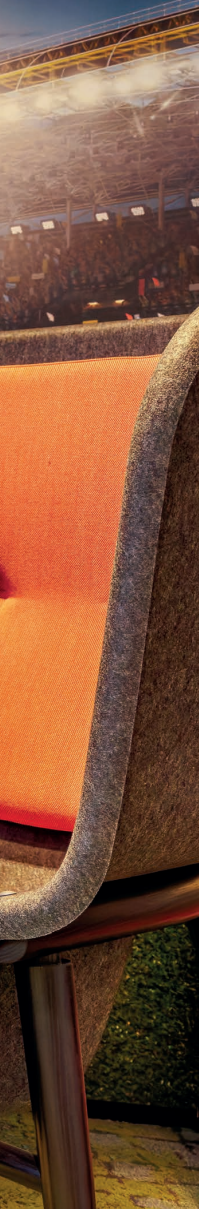
Die dienstverlening gebeurt op onafhankelijke basis, wat inhoudt dat Claxion zich niet laat sturen door een moederbedrijf dat zich op één of enkele merken focust en ook geen bindende afspraken met bepaalde grote spelers in de autobranche heeft. “Precies voor mij

de reden om hier in dienst te treden, afgelopen januari,” glimlacht Willigenburg, die vorig jaar zomer zijn hbo-opleiding communicatie afrondde. “Ik wilde niet puur als verkoper aan de slag gaan, maar als accountmanager die een totaaladvies kan verzorgen, zonder dat commerciële belangen van een automerk aan de achterkant de doorslag geven. Ook al is Claxion in 2017 ontstaan als leasemaatschappij, we bieden de klanten net zo goed de optie van het wagenpark zelf kopen en het beheer aan ons uit te besteden. Alles, tot en met reparatie, onderhoud, verzekeringen en vervangend vervoer, maar ook inspelen op veranderende situaties. Bijvoorbeeld wanneer een medewerker onverwacht vertrekt of er door het inzetten van interimmers behoefte bestaat aan tijdelijke uitbreiding van de mobiliteit. Dat laatste vangen we met onze verhuurvloot soepel op. Sowieso hebben wij, naast het actief benaderen van het bedrijfsleven, periodiek

contact met onze huidige klanten om samen door te lichten of het wagenpark nog bij hun behoeften aansluit.”

66 PROCENT LEASE

Overigens groeit de leasemarkt landelijk gezien nog steeds. Haalboom: “Het afgelopen kwartaal weer met één procent. Vorig jaar tekende zich in het zakelijk segment een stijging van zes procent af, terwijl private lease zelfs met achttien procent toenam. Best opmerkelijk, zeker als je naar de steeds strengere toetsingsvoorwaarden kijkt. 66 procent van de nieuw bestelde auto's en bussen, dus rechtstreeks uit de fabriek, gaat in de full operational lease. Zo werken wij ook het liefst, want dat stelt ons in staat om onze klanten totaal te ontzorgen in alle dienstverlening rondom de mobiliteit. Dat niet alleen, het blijkt ook vaak economisch een interessante keuze. Binnen ons netwerk van leveranciers kunnen wij collectiviteitskortingen bedingen.



Reparaties en onderhoud regelen we in eigen huis, vanuit onze Bosch Car Service in De Klomp. Zelfs tot en met het halen en brengen van de voertuigen, wanneer de klant zich in de regio bevindt. Vanuit het bedrijfsleven hoor je weleens de ergernis dat berijders hun auto in opdracht van de leasemaatschappij naar verschillende adressen moeten brengen voor een beurt, voor nieuwe banden, voor schade en voor glasservice. Wij hanteren het principe van ‘alles onder één dak’ en meestal ook ‘alles op één dag’. Dat scheelt een hoop gedoe.”

KLEINE LETTERTJES

Willigenburg brengt het fenomeen ‘kleine lettertjes’ onder de aandacht. “Bedrijven die een leasecontract afsluiten zien nog weleens over het hoofd dat er addertjes onder het gras kunnen zitten in de algemene voorwaarden. Neem elektrische auto’s, die erom bekend staan dat ze relatief snel hun banden verslijten. Dan blijkt bijvoorbeeld dat je er maar zes mag vervangen gedurende de looptijd van het contract, terwijl de praktijk leert dat de berijder er tien ‘verbruikt’. Die extra kosten krijg je uiteraard een-op-een doorbelast. Ook de afkoopregeling van een auto bij voortijdig vertrek van de medewerker die hem berijdt kan een bedrijf voor onaangename verrassingen stellen. In sommige gevallen gaat het zelfs om vijftig of honderd procent van de nog resterende termijn. Dergelijke praktijken zul je bij ons niet tegenkomen, want wij houden van transparantie en eerlijk zakendoen met een persoonlijke benadering. Liever gaan we een langdurige relatie met de klant aan dan dat we het onderste uit de kan proberen te halen.”

BESPARING

Net als bij bestelwagens is ook bij personenwagens het inzetten van jonge gebruikte exemplaren soms het overwegen waard. “Uit berekeningen weten wij dat het tot zo’n 140 euro per maand per auto kan schelen, wat bij een looptijd van 48 maanden een besparing van 6720 euro oplevert,” zegt Haalboom. “Hoe de verhouding ligt, hangt van een aantal factoren af. Onder andere van de prijzen in de occasionbusiness. Die schoten in de coronatijd omhoog, toen er op grote schaal leverproblemen met nieuwe auto’s bestonden. Inmiddels is de markt wel weer enigszins afgekoeld, zeker de laatste maanden. Wij richten ons steeds meer op eigen inkoop, maar dan wel in Nederland. Import uit het buitenland loont economisch gezien nauwelijks meer en bovendien hechten wij veel waarde aan een kloppende, gedocumenteerde voertuighistorie met een NAP-gecontroleerde kilometerstand. Overigens voeren wij ook steeds meer zoekopdrachten uit voor klanten.” Boven alles hangt de adviserende rol van Claxion, mede gebaseerd op dertig jaar autobranche-ervaring van Bert Haalboom, die ooit als monteur begon en daardoor over een diepgaande technische kennis beschikt. “Dan weet je wel welke producten goed zijn en welke wat minder. Ze moeten echter ook bij de behoeften van de klant passen. Nu en in de toekomst, hoezeer de maatschappij ook verandert.”

Meer informatie: www.claxion.nl





GEZOCHT: INNOVATIEVE ONDERNEMERS IN REGIO FOODVALLEY

Ben jij één van de ondernemers die de Innovatieprijs Regio Foodvalley op 16 oktober mee naar huis neemt? Heb jij een product, dienst of idee waarmee je grote impact maakt? Meld je innovatie dan aan via www.innovatieprijsregiofoodvalley.nl. Aanmelden kan tot en met 25 augustus 2024. Dit jaar reiken wij de Innovatieprijs voor het eerst uit in drie verschillende categorieën: Maakindustrie/Energie & Milieutechnologie, Agrifood en ICT.

Een vakjury maakt vervolgens bekend welke ondernemers voor de prijs worden genomineerd.

In Regio Foodvalley werken overheden, ondernemers en onderwijsinstellingen samen aan duurzame oplossingen. Samenwerking staat vaak aan de basis van innovaties met een groot effect. Aan de meest impactvolle innovaties worden de Innovatieprijzen Regio Foodvalley 2024 uitgereikt. In alle categorieën is naast de vakjuryprijs ook een publieksprijs.

HOE KOM JE IN AANMERKING?

De Innovatieprijs Regio Foodvalley is er voor producten en diensten met grote impact in en buiten Regio Foodvalley. Om hiervoor in aanmerking te komen, gelden de volgende criteria:

- Het gaat om duurzame technologische innovaties waarbij circulariteit een belangrijke rol speelt.

- De innovaties zijn ontstaan uit een aantoonbare (keten)samenwerking.
- De innovaties werken en dat kan worden aangetoond met resultaten of een prototype.
- ICT innovatieve oplossingen dragen bij aan toonbare efficiënte dienstverlening na het afnemen van de dienstverlening (en zijn dataveilig).

AANMELDEN

Ondernemers kunnen zich tot en met 25 augustus 2024 aanmelden via www.innovatieprijsregiofoodvalley.nl/aanmelden. Op 16 oktober 2024 worden de Innovatieprijzen Regio Foodvalley 2024 tijdens een feestelijke bijeenkomst in de Mauritskazerne in Ede uitgereikt.

FEESTELIJKE UITREIKING OP 16 OKTOBER

INNOVATIEPRIJS REGIO FOODVALLEY 2024: AGRIFOOD, MAAKINDUSTRIE EN ICT AWARD

Op 16 oktober 2024 wordt de Innovatieprijs Regio Foodvalley 2024 uitgereikt aan de meest innovatieve ondernemer uit de regio. Heb je als ondernemer in de Agrifood, Maakindustrie of ICT-sector een innovatief product of idee, meld je innovatie dan vóór 25 augustus aan. Wat het je als winnaar oplevert? "Zichtbaarheid, samenwerking en eeuwige roem", vat organisator Wicha Benus de positieve effecten samen.

Vorig jaar mocht Saia Agrobotics uit Wageningen de Innovatieprijs Regio Foodvalley in ontvangst nemen. De publieksprijs ging naar Upstream Foods uit Wageningen. Voor het eerst werd deze avond ook de ICT-Award Regio Foodvalley uitgereikt. De juryprijs ging naar BFG Warehousing uit Nijkerk. De winnaar van de publieksprijs is Aryzon World uit Ede. Itsy Cycle (Baby & Kids) uit Ede won de Young Talent Award. "We hebben ontzettend veel innovatieve ondernemers in de regio", zegt Benus. "Zij verdienen een podium, voor zichzelf, maar óók als inspiratie voor anderen."

Samenwerking in de keten kan tot de mooiste innovaties leiden, ziet Benus. "Een mooi voorbeeld is hoe BFG Warehousing, de winnaar van de publieksprijs van vorig jaar, een innovatieve 'forecasting tool' bedacht heeft voor de fresh food-sector. Hiermee wordt productie, opslag en distributie voor de retail optimaal ingeregeld met slimme ICT-toepassingen", zegt hij. "Er is niet alleen een idee bedacht, maar het wordt ook toegepast. Zo krijgt innovatie voor veel meer bedrijven in de keten een positieve impact en wordt voedselverspilling in de keten teruggedrongen." Aantoonbare ketensamenwerking is dan ook een van de criteria om in aanmerking te komen voor de Innovatieprijs. Daarnaast moet de innovatie duurzaam zijn en bijdragen aan een circulaire economie.

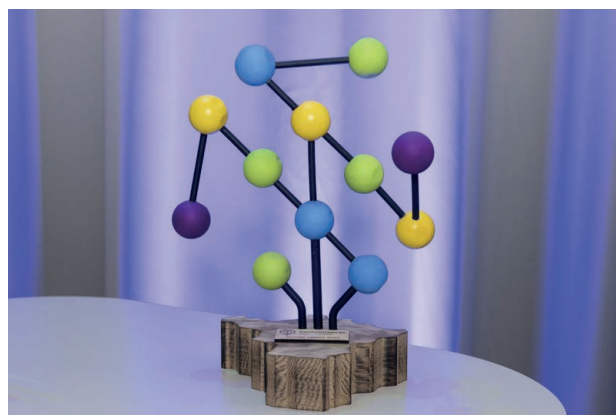
YOUNG TALENT AWARD

Studenten en jonge ondernemers kunnen zich aanmelden voor de Young Talent Award. "Voor jonge talenten is deze Award een mooie springplank om hun ideeën verder te brengen", zegt Benus. "Je speelt jezelf in de kijker, ook bij grotere bedrijven."

FEESTELIJKE UITREIKING

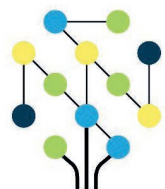
De Innovatieprijs Regio FoodValley wordt op 16 oktober uitgereikt tijdens een feestelijke bijeenkomst in de Mauritskazerne in Ede. "Een inspirerende locatie", zegt Benus, die benadrukt dat de bijeenkomst ook een mooi moment is om te netwerken. "We bieden een compact programma, met een inspirerende spreker en ruimte om elkaar te ontmoeten. Er zullen zowel mensen uit het bedrijfsleven, kennisinstellingen en overheid aanwezig zijn." Wie erbij wil zijn op 16 oktober, kan zich via de website van de Innovatieprijs aanmelden voor een gratis toegangsbewijs.

De eerste innovaties zijn al aangemeld, laat Benus weten. Na 1 september maakt de vakjury drie genomineerden per categorie respectievelijk Agrifood, Maakindustrie of ICT bekend. "Moedig ondernemers in je omgeving aan om mee te doen", spoort de organisator aan. "Waar ze mee bezig zijn, vinden innovatieve ondernemers zelf vaak heel gewoon. Wij maken graag duidelijk dat wat ze doen bijzonder is."



19

Heb je als ondernemer in de Agrifood, Maakindustrie of ICT-sector een innovatief product of idee? Meld je innovatie dan uiterlijk voor 25 augustus aan via de website www.innovatieprijsregiofoodvalley.nl



innovatieprijs
Regio Foodvalley

ICT INNOVATIEPRIJS: WERKEN AAN EEN STERKERE REGIO FOODVALLEY

Op 16 oktober 2024 worden in de Mauritskazerne in Ede de winnaars bekendgemaakt van de Innovatieprijs Regio Foodvalley 2024. Doel van het event: ICT-bedrijven in de picture zetten die innovatieve en duurzame oplossingen bouwen voor de food, gezondheidszorg en maakbedrijven. Die brede exposure biedt kandidaten op hun beurt nieuwe kansen en mogelijkheden. Inschrijven kan nog tot en met 25 augustus.

Duurzaamheid heeft dan voornamelijk betrekking op zaken rond klimaat; maatschappelijk wil zeggen van betekenis voor mensen in Nederland, maar ook daarbuiten. Mooi als dat ook geldt voor landen in Afrika, het Verre Oosten en Zuid-Amerika. "Dat er nieuwe technologieën beschikbaar komen voor agrarische bedrijven, de zorg en maakindustrie aldaar", aldus Driek Geurtsen, CEO van One4marketing en medeoprichter van ICT Valley. "Het is heel belangrijk dat de Regio Foodvalley bekendstaat als innovatieve omgeving voor ICT, met aandacht voor start-ups, scale-ups en gevestigde bedrijven. Daarbij richten we ons op duurzame ontwikkeling in de regio, reden waarom we bedrijven willen enthousiasmeren deel te nemen aan dit event."

Als bedrijven zich aanmelden, levert dit hun belangrijke voordelen op, is de overtuiging van Geurtsen. "Gedurende het hele traject - van selectie, nominatie tot het bekendmaken van de winnaars - staan ze in de picture. Wij promoten hun bedrijf en hun propositie via onze website, in nieuwsbrieven, op social media en onder onze leden." Belangrijke voorwaarden voor deelname is dat het product van een kandidaat innovatief, duurzaam en maatschappelijk van betekenis is voor de eerdergenoemde werelddelen die dergelijke innovaties goed kunnen gebruiken.

Die aandacht krijgen kandidaten uiteraard ook tijdens het event zelf, waarbij tussen de twee- en driehonderd bezoekers verwacht worden. Onder hen vertegenwoordigers van bedrijven, overheden en onderwijsinstellingen. Die exposure kan ICT-bedrijven de wind in de zeilen geven. Geurtsen:

"In de zaal zitten kapitaalkrachtige investeerders die wellicht een aandeel in je bedrijf willen nemen of je financieel kunnen ondersteunen. En andere ICT-bedrijven, die je vooruit kunnen helpen op bijvoorbeeld bedrijfskundig vlak."

Zelf geeft Geurtsen bedrijven graag tips om in contact te komen met klanten. "Meestal zijn bedrijven helemaal vol van hun oplossing en hebben ze hun product al goed op orde. Maar het moet ook nog verkocht worden. Dan leer ik ze hoe ze leads kunnen genereren om klanten te vinden die bij hun bedrijf passen en ook bij hen blijven", vertelt hij. Want dat is het hogere doel: een sterkere Regio Foodvalley. "Dat ICT-start-ups en scale-ups kunnen groeien, gevestigde ICT-bedrijven hier blijven en andere ICT-bedrijven zich hier vestigen."

Kans maken op de ICT-award? Aanmelden kan nog tot en met 25 augustus 2024 via www.innovatieprijsregiofoodvalley.nl/aanmelden





DAPHNE S. HARTOG - BERGHUIZEN
Daphne@uwconflict.nl

DIT IS HOE JE MEER OVERWICHT KRIJGT IN COMPLEXE GESPREKSVOERING

Niets heeft meer ongeschreven regels dan een relatie en relaties kunnen gewoonweg complex zijn. Of het nu gaat om een persoonlijke of professionele relatie, je stuit op jouw beperkende overtuigingen: een negatief zelfbeeld, onzekerheid, machteloosheid, onveiligheid, irrationele schuldgevoelens of verantwoordelijkheid. Vaak ligt ten minste één van deze overtuigingen over jezelf ten grondslag aan die voortdurende moeizame gesprekken, onenigheden en uiteindelijk een complex conflict. Door te blijven draaien aan diezelfde knoppen en een ander resultaat te verwachten, ben je in strijd met de realiteit. Het is hoog tijd om aan andere knoppen te draaien.

STOP MET JE FOCUS OP DE ANDER EN BEGIN BIJ JOUW AANDEEL: NEEM EIGENAARSCHAP OVER JOUW EIGEN VERANTWOORDELIJKHEDEN.

Je hebt geen grote invloed op het gedrag van de ander, wel op je eigen gedrag. Dit begint bij je referentiekader, normen, waarden en je overtuigingen (oordelen): je volledige denkwijze. Door kritisch naar jouw denken, voelen en doen te kijken, ontdek je vlot waar jouw knelpunten liggen: jouw triggers. Dit zijn de momenten waarop je ratio plaatsmaakt voor overweldigende emoties, wat kan leiden tot ondoordacht gedrag.

MET EEN BEETJE PECH ERVAART JE GESPREKSPARTNER OOK ONVERMOGEN IN DE EIGEN TRIGGERS EN VOOR JE HET WEET BELAND JE IN EEN DESTRUCTIEF DIALOOG: FEITEN - VERWIJTEN.

Zowel jij als je gesprekspartner raken dan verstrikt in aanvallend en verdedigend gedrag, zonder elkaar wezenlijk te zien, te horen of te begrijpen. Helaas een herkenbare situatie voor velen.

Maar wat raakt je nu werkelijk in wat er gezegd wordt?

Het antwoord hierop gaat volledig over jou, niet over de ander. En dit is precies het gebied waar je volledige invloed op kunt uitoefenen. Door je overtuiging, je denken en voelen te erkennen, dan wel te verwerken en te accepteren, kun je weer controle en overwicht krijgen over jouw doen. Kun je je voorstellen hoe zo'n gesprek dan zal verlopen? Zonder zwaarbeladen emoties.

Mijn naam is Daphne: eigenaar en behandelaar bij uwCONFLICT. NL | Praktijk voor mediation, psychotherapie en relatietherapie. Ik begeleid individuen, groepen en stellen met kwaliteitsverbetering in de relatie tot henzelf en de ander.



TIPS VOOR INSTAGRAM EN LINKEDIN

Uit het Nationale Social Media Onderzoek 2024 blijkt dat Instagram en LinkedIn interessante online platformen zijn voor bedrijven en organisaties in het b2b-segment. In dit artikel vind je enkele tips voor het inzetten van deze platforms.

INSTAGRAM

Wil je aan de slag met Instagram, zorg er dan als eerste voor dat je bedrijfsprofiel goed is ingericht. Besteed wat aandacht aan je biografie en zorg dat je kort omschrijft waar je bedrijf voor staat en wat je te bieden hebt. Je bedrijfsprofiel is ook de enige plek op Instagram waar je een link naar een website kunt plaatsen. Deze link kun je aanpassen. Verwijs je in je meest recente bericht bijvoorbeeld naar een bepaalde blog met een eigen

webpagina, dan kun je die specifieke webpagina in je bio zetten. Vergeet niet in al je berichten te verwijzen naar de link in bio.

CONTENT

Net als voor alle andere social media kanalen geldt dat het succes van je Instagramaccount staat of valt met het regelmatig plaatsen van unieke en goede content. Instagram draait om het visuele aspect, zorg dus dat je foto's scherp zijn

en dat deze foto's je verhaal én je merk ondersteunen. Voor de vindbaarheid van je berichten kun je vijftien tot twintig hashtags bij je foto plaatsen, bij voorkeur als eerste reactie onder je bericht. Zorg wel dat de hashtags iets met de foto en je vakgebied te maken hebben. Wil je vooral lokale klandizie, dan kun je met geo-tagging aangeven waar de foto is gemaakt. Jouw lokale doelgroep krijgt dan eerder jouw berichten te zien.

VOLG JE DOELGROEP

Een goede manier om het aantal volgers van je bedrijfsaccount op een organische manier te laten groeien, is het volgen van je doelgroep. De wederkerigheid op Instagram is groot en daarmee ook de kans dat je doelgroep jou terug gaat volgen, mits je bedrijf en je content natuurlijk interessant zijn. Zoek naar je doelgroep met behulp van hashtags of zoek op locatie, zeker als het om aantrekken van talent gaat. Ga ook vooral de interactie aan met je volgers. Reageer met een comment op hun berichten en stel vragen in je eigen berichten om de dialoog op gang te brengen.

STORIES ALS VISUEEL DAGBOEK

Sinds een aantal jaar biedt Instagram de mogelijkheid om naast foto's zogenoemde Stories te plaatsen. Deze functie op Instagram kun je inzetten als een visueel dagboek om bijvoorbeeld je dag op kantoor of op locatie te verslaan. Met Stories ben je zichtbaar bij je doelgroep en krijg je beter contact met je volgers. Wil je een story maken? Denk als een regisseur en neem je volgers mee. Hoe verloopt je dag? Ga je bijvoorbeeld op reis, waar kom je aan en waar is het te doen? Wissel foto's en video's af en maak gebruik van stickers of gifjes. Kleine, bewegende elementen maken foto's speelser. Zit er geen geschikt gifje tussen? Maak dan een business-account via giphy.com aan en laat je eigen gifje goedkeuren. Speel ook met verschillende lettertypes en bewegende letters. Stel ook zeker een vraag om interactie te creëren (en neem de moeite om deze te beantwoorden!). Net als bij de berichten is het belangrijk dat je mensen in je story tagt (@naam) zodat zij een melding krijgen en kunnen reageren op je post (hashtags werken niet voor Stories).

MOMENT VAN POSTEN

Denk ten slotte goed na over het moment waarop je post. Heb je gedurende de dag tijd om verschillende stories te maken, dan is dat een ideale manier om mensen op de hoogte te houden. Je story staat na het posten namelijk vooraan waardoor deze eerder wordt opgemerkt. Het is dan de kunst om binnen een paar uur de interactie op gang te brengen zodat de post aan meer mensen wordt getoond. Wil je je het liever beperken tot één post, plaats deze dan aan het einde van de dag als terugblik op de dag.

LINKEDIN

Ook een succesvolle bedrijfspagina op LinkedIn begint bij het bedrijfsprofiel zelf. Besteed als eerste wat aandacht aan je achtergrondfoto. Deze foto heeft een formaat van 1536x786 pixels en functioneert als visitekaartje. Maak de foto niet te druk, maar zorg wel dat de afbeelding past bij je merk en je huisstijl. Bekijk ook altijd hoe je profiel er op je smartphone uitziet en pas dit indien nodig aan. Doe dit iedere keer wanneer je je bedrijfsprofiel aanpast.

TEKSTEN VOOR JE PROFIEL

Klik op de knop pagina bewerken en kijk eens kritisch rond naar de informatie die je daar kunt invullen. Neem de moeite om hiervoor goede

teksten te schrijven. Google toont bijvoorbeeld in de zoekresultaten het eerste gedeelte van de beschrijving van je bedrijf. Schrijf een tekst die makkelijk te lezen is door bijvoorbeeld kopjes en bulletpoints te gebruiken. Begin met de belangrijkste informatie over je bedrijf en vertel wat je je klanten aan oplossingen biedt voor hun problemen. Bij het kopje Info kun je maximaal twintig specialismen toevoegen. Deze specialismen dienen ook als zoekwoorden waar je op gevonden kunt worden.

EIGEN MEDEWERKERS

Hoe meer volgers je bedrijfspagina heeft, des te groter het potentiële bereik op LinkedIn. Begin met je eigen medewerkers. Vraag hen om met hun persoonlijke profiel de bedrijfspagina te volgen. Heb je updates die voor het netwerk van je medewerkers interessant zijn, dan kunnen zij deze in een eigen bericht delen en bijvoorbeeld een vraag te stellen, naar een mening vragen of gewoon vertellen dat ze trots zijn op hun bedrijf. Dit leidt tot interactie. Het grote voordeel van LinkedIn is dat je zowel personen als bedrijfspagina's kunt taggen, waardoor je meer reacties op je berichten kunt trekken.

OPVALLENDE CONTENT

Ook het succes van je LinkedIn-bedrijfspagina is afhankelijk van de content die je deelt. Hiervoor geldt wel: kwaliteit gaat boven kwantiteit. Heb je niet voldoende relevante content om elke dag iets te posten, beperk dit dan tot bijvoorbeeld twee of drie keer per week. Veel bedrijven delen een update met een foto en een link. Je kunt je updates meer op laten vallen met bijvoorbeeld carousel posts. Hiermee swipe je van de ene post naar de andere. Ook video's trekken de aandacht. Denk aan uitleg over een bepaald product of een belangrijke update, een klant die vertelt over de samenwerking of een medewerker die vertelt waarom hij of zij zo graag voor je bedrijf werkt.

BEREIK VERGROTEN

Wanneer je een bericht hebt geplaatst, kijkt LinkedIn naar het aantal reacties op je bericht in de eerste uren na plaatsing. Wordt je bericht geliked en gedeeld, dan beschouwt LinkedIn jouw bericht als interessant en wordt de zichtbaarheid van je bericht groter. Krijg je commentaren op je bericht, dan is het zaak dat je daar binnen twaalf uur op reageert. LinkedIn hecht namelijk ook waarde aan interactie en snel reageren komt het bereik van je berichten ten goede. Ook tekst, polls, video's, foto's en documenten die voor interactie zorgen, hebben invloed op het bereik van je berichten. Bedenk wel dat wanneer je veelvuldig gebruikt maakt van bijvoorbeeld polls, dit bij je volgers juist een averechts effect kan hebben.

CHECK HET ALGORITME

Het algoritme van LinkedIn verandert ongeveer elk jaar. Daarom is het raadzaam om regelmatig online research te doen. Onderzoek welke berichten worden beloond met een groter bereik en welk type berichten wordt 'afgestraft'. Dit geldt op dit moment bijvoorbeeld voor berichten waarin linkjes naar externe websites zijn opgenomen.



Tom Baerends
(06) 30 26 21 26

✉ ede-veenendaal@financieringsgilde.nl

🌐 www.financieringsgilde.nl



FINANCIERINGSGILDE

Ede-Veenendaal

Al 250 ondernemers gingen je voor!



Beste voorwaarden

Vergelijk samen met jouw adviseur meer dan 100 producten. Ook die van je eigen bank.



Grootste slagingskans

In één keer succesvol door onze onderbouwing op alle belangrijke onderdelen.



Voordeel

Ontvang korting op je afsluitkosten, omdat wij als collectief voor je onderhandelen.



Geen gedoe

Jouw persoonlijk adviseur regelt alles voor je. Van aanvraag tot financiering.

TELEFOON ALS WAAKHOND VOOR VITALITEIT



BELANGRIJKE MELDING

Mijn telefoon lichtte vanochtend op met een Belangrijke Melding: “De trend in het aantal stappen per dag is de afgelopen vijf weken bijna de helft lager.” Nooit geweten dat mijn telefoon dit voor mij in de gaten hield! Eerst moest ik hard lachen om het idee van een Big Brother-telefoon. Mijn telefoon als waakhond? Telt hij mijn fietsactiviteiten wel mee? En hoezo bemoeit mijn telefoon zich trouwens met mijn stappengemiddelde, ik kan toch prima voor mezelf zorgen!

RISICO

Een Belangrijke Melding geef ik zelf over het algemeen pas af wanneer er sprake is van een of ander Risico. En dat had ik nog niet direct scherp. Het aantal stappen met de helft reduceren, dat betekent significant minder beweging. En bewegen is gezond, niet bewegen is ongezond en is een vitaliteitsrisico. Dit Risico wil ik aanpakken! En daarvoor moet ik de Oorzaak kennen.

OORZAAK

Want hoe is deze stappenreductie ontstaan? Heb ik er zelf al iets van gemerkt? Wat is er sinds vijf weken anders? Opeens valt het kwartje: ik ben sinds juni voor vier dagen per week werkzaam bij Ludens Talentontwikkeling in Vreeland. Daar ben ik programmamanager en trainer. Ik beweeg daar zeker wel, maar niet meer zoveel als ik deed tijdens (wandel) coaching. Ik zit veel in de auto in plaats van op de fiets, en heb dat, als ik eerlijk ben, ook al wel gemerkt in mijn lijf. Een wat hoger stressniveau, en dus bijna zesduizend stappen minder per dag. De nieuwe baan als Oorzaak!

ACTIE

Een aantal opties, variërend tussen niets doen en de baan opzeggen, heb ik geïnventariseerd. Niets doen is een vitaliteitsrisico en daarmee voor mij geen optie. Baan opzeggen dan? Ook geen optie: bij Ludens werken is veel te leuk, divers en stimulerend. Elke dag 5 kilometer wandelen? Zou me een uur kosten en met tijd moet ik, net als iedereen met een baan en een gezin, best schipperen. De Actie die het geworden is, is efficiënt: de wekker gaat om 5 voor 6 en om half 7 zitten er 5 kilometers in mijn benen. Heerlijk om de dag zo te beginnen!

Han van den Broek
www.amorfortis.nl



AAN DE SLAG MET DUURZAAM ONDERNEMEN

DIT IS HOE HET KAN!

Klimaatverandering, arbeidsomstandigheden, vergrijzing; zo maar wat termen die je kunt associëren met duurzaam ondernemen. Feit is dat het uiteindelijk gaat om het als bedrijf verantwoordelijkheid dragen voor natuur en maatschappij. En die staan nogal onder druk. Hittegolven, overstromingen, klimaatverandering; we merken dagelijks de gevolgen van de inrichting van ons economisch systeem.

Bedrijven zijn van oudsher ingericht op snel en goed inspelen op omstandigheden. En nu die snel veranderen, is het tijd dat ze verantwoordelijkheid pakken. MVO Nederland – met tweeduizend bedrijven het grootste duurzame-bedrijvensnetwerk van Nederland – gelooft dat bedrijven alleen kunnen blijven ondernemen in een economie die is aangepast is aan de grenzen van die natuur en maatschappij. Duurzaam ondernemen is dus geen nice to have, maar een must-do.

OOK GOED VOOR JE BEDRIJF

In het MVO Nederland-netwerk zitten volop duurzame bedrijven. Ze denken in kansen in plaats van hun kop in het zand te steken en te wijzen naar te veel regels of China. Ze laten ook nog eens zien dat het kan: duurzaam ondernemen is niet alleen goed is voor de maatschappij, maar uiteindelijk ook voor henzelf. Want hoewel weinigen dat op voorhand verwachten, is ondernemen vanuit een maatschappelijke verantwoordelijkheid goed te combineren met het behalen van financieel rendement – zeker op de langere termijn. Denk alleen maar aan de toegenomen vraag naar duurzame producten en diensten of het feit dat

betrokken bedrijven beschikken over beter gemotiveerde medewerkers en dus een hogere arbeidsproductiviteit. En natuurlijk, ook de overheid speelt een belangrijke rol in de transitie. Zij bepalen de wet- en regelgeving die duurzaam ondernemen de standaard moet maken. Maar uiteindelijk pleit dat bedrijven niet vrij om passief te blijven geloven in een oude economie die draait om korte termijn geld verdienen. De grote vraag bij bedrijven die voelen dat het anders moet: hoe doe ik dat en waar begin ik?

DE EERSTE STAP

Het klinkt misschien voor de hand liggend, maar duurzaam ondernemen begint uiteindelijk met het nemen

van de eerste stap. Weet dat iedere stap voorwaarts er één is. En dat je zeker niet in één keer alles goed kunt doen. Je komt er al snel achter dat duurzamer ondernemen niet ‘zomaar een projectje’ is. Mvo vraagt om een wezenlijk andere manier van werken. Er bestaat geen quick fix, noch een geheime toverformule die je bedrijf van de ene op de andere dag duurzaam maakt.

Duurzaam ondernemen betekent dat je stap voor stap zaken in je bedrijfsvoering aanpast. Sommige stappen zijn eenvoudig, zie bijvoorbeeld deze 100 mvo-tips op www.mvonderland.nl/tips-en-tools/100-tips-om-te-starten-met-mvo.



DE NIEUWE ECONOMIE INDEX

Veel bedrijven en ondernemers die willen verduurzamen zijn zoekend. Duurzaamheid is tenslotte zo'n breed begrip. Dus pakte MVO Nederland in 2020 de handschoen op en bepaalde zeven thema's van een nieuwe, duurzame economie: nieuwe rijkdom, echte prijzen, transparante ketens, inclusief ondernemen, groene energie, biodiversiteit en circulaire economie.

We onderzoeken jaarlijks hoe het met de economie gaat op deze zeven thema's. De gemiddelde score vormt de Nieuwe Economie Index (NEx). De NEx van 2024 stond op 17,5 procent. Sinds 2020 – toen de NEx op 12,1 procent stond – neemt de NEx elk jaar toe, maar het tempo waarop neemt af.

VOORUITGANG

Andere stappen zijn wat lastiger. Maar als je het serieus aanpakt, zie je snel vooruitgang. Belangrijk daarbij is om te weten waarom je eigenlijk wilt duurzaam ondernemen: wat is de onderliggende motivatie? Komt die puur uit je hart of leggen je aandeelhouders of je klanten het je op? Komt het door wetgeving als de CRSD, de ontbossingswet of de CSDDD (www.mvonderland.nl/dit-zijn-de-nieuwe-internationale-wetten-en-regels-waar-je-als-duurzame-ondernemer-van-moet-weten)? Wil je het doen omdat het je op lange termijn voorsprong geeft op de concurrentie? Of is het meer een drang die je voelt in je hart?

Denk erover na en presenteer je argumenten aan het management. Of maak een statement op je website. Zo breng je de discussie op gang en scherp je je verhaal verder aan. Als je goed kunt uitleggen waarom je iets wilt, overtuig je personeel, klanten en leveranciers eenvoudig om mee te doen.

KIES EEN KARTREKKER...

Actieve steun van het hoogste niveau is onmisbaar. Kies daarom iemand die mvo binnen jouw onderneming gaat doorvoeren. Maar leg niet alle verantwoordelijkheid bij één persoon – uiteindelijk heb je alle afdelingen en expertises nodig. Stel dat je duurzame koffie wilt schenken, stem dat dan af met de inkoopafdeling of facilitaire zaken. De eerste keer doe je dat in nauw overleg, maar duurzame catering inkopen hoort op lange termijn natuurlijk niet bij de mvo-verantwoordelijke te liggen.

... EN JE PRIORITEITEN

Wat wil je veranderen? Je kunt niet alles tegelijk doen. En voor sommige aspecten heb je geen flauw idee waar te beginnen. Maak een analyse van je verbeterpunten. En begin met quick wins zoals koffie, printer, verlichting,

verwarming, koeling en catering. Voor dit soort standaard situaties zijn standaardoplossingen. Zoek uit wanneer je contracten met leveranciers aflopen en kies bij de volgende inkoopronde voor duurzamere varianten. Check op www.goedekoffie.nl welke koffiemarken duurzaam zijn.

NEX-THEMA'S

Daarna pak je je kernactiviteiten aan: het belangrijkste aandachtspunt. Dit is ook meteen het lastigste deel van je strategie, want ieder bedrijf is anders. Bespreek elk van de zeven NEx-thema's (zie kader en www.mvonderland.nl/nex-check-landing) met de medewerkers die het meest betrokken zijn en inventariseer zo veel mogelijk kansen voor verbetering. Ook knelpunten zijn belangrijk om op te schrijven. Het maakt niet uit als het niet gelijk is verdeeld over de thema's – als je op twee of drie thema's stappen kunt zetten heb je al vooruitgang geboekt. Benoem zo mogelijk ook concrete doelstellingen. In het begin mag dat best met de natte vinger, maar als je een stap verder bent moet je overstappen naar SMART-geformuleerde targets.

DOE DE NEX-CHECK

Met deze stappen ben je al een heel eind op weg naar een duurzamer bedrijf. Wil je meer sturing? MVO Nederland ontwikkelde de NEx-check: een toegankelijke online test om te bepalen hoe jij scoort op de zeven thema's. In tien minuten krijg je een eerste indruk van waar jou prioriteiten liggen.

De totaalscore en scores per thema gebruik je bovendien om intern draagvlak te creëren voor verduurzaming. Daarnaast krijg je op elk thema relevante links naar stappenplannen, events en projecten om aan de slag te gaan. Doe de NEx-check op de website van MVO Nederland: www.mvonderland.nl/nex-check-landing.

MKBTR
Kennifestival
2024

ZINVOL ONDERNEMEN

Hét event voor ZZP'ers en MKB'ers waar alle facetten van het ondernemerschap aan bod komen. Laat je inspireren door nieuwe perspectieven en interessante sprekers. Ontmoet ondernemers uit o.a. de retail, food, coaching, marketing, productie en consultancy.

- 12 MASTERCLASSES
- 2 ONDERNEMERSVERHALEN
- DUURZAAM NETWERKEN
- ETEN & DRINKEN
- LIVE MUZIEK

Verwacht de inhoud van een congres met de sfeer van een festival.

Scoor je ticket via...

WWW.MKBTRKENNISFESTIVAL.NL



> Toe aan een nieuwe website?

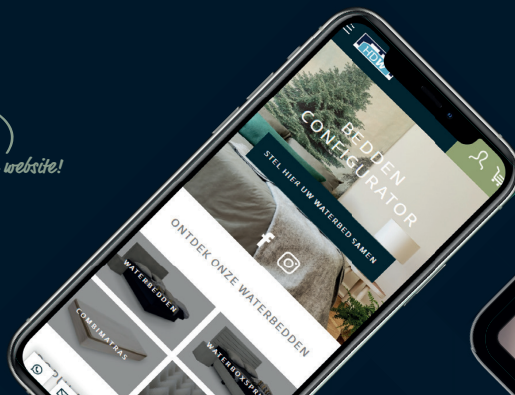


van
munster
media
factory

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



Check de website!





TOM BAERENDS

Adviseur bedrijfs- en vastgoedfinanciering

Financieringsgilde Ede – Veenendaal

06 – 30 26 21 26

www.financieringsgilde.nl

HOE KOM IK ZO SNEL MOGELIJK AAN EEN FINANCIERING VOOR DE DRUKSTE PERIODE VAN HET JAAR?

Nu de zon zich steeds vaker laat zien, zien veel ondernemers in diverse sectoren een piek in hun omzet. Zo'n hoge omzet betekent ook dat je voor voldoende voorraad moet zorgen. Die drukke periode biedt zowel kansen als uitdagingen, want hoe kom je snel aan voldoende kapitaal om je producten in te kopen, extra personeel aan te trekken of je uitstaande facturen te betalen? Ik laat je graag zien hoe je deze uitdaging omzet naar een geweldige kans op groei van jouw bedrijf.

In de bouw- en landbouwsector zijn de lente en zomer traditioneel drukke periodes. Het is in deze maanden gunstiger weer om een groot bouwproject te starten. In de landbouw is dit het seizoen om te oogsten. Beide sectoren hebben in deze periode een grote behoefte aan werknemers.

Ben je actief in de horeca of het toerisme? Dan is de zomer ook het startpunt van jouw seizoen. Heb je plannen voor heaters op je terras voor de frisse zomeravonden of wil je juist airconditioning binnen plaatsen? Broeit er een idee om een evenement of festival te organiseren? Wil je meer producten inkopen zodat je voorbereid bent op de grote vraag naar lunches en diners? Wat je plannen ook zijn voor deze zomer, je hebt geld nodig om ze te realiseren.

DE JUISTE FINANCIERING

Met de piek die je de komende maanden verwacht, komt er een druk te liggen op je cashflow. Want dat extra geld heb je vaak niet zomaar paraat. Als je voorbereid wilt zijn op een grote klantvraag, moet je ervoor zorgen dat je je voorraad op orde hebt en voldoende inkopen. Dat vraagt dus om een financiering om jouw bedrijf te laten groeien. Of je nu een gevestigde ondernemer bent of pas net eigen baas; de juiste financiering vinden is cruciaal. Voor banken en andere geldverstrekkers is de zomer ook de periode om te investeren in mooie projecten waarin ze potentie zien voor succes. Daarom is de zomer bij uitstek het moment om naar je financieringsmogelijkheden te kijken.

VERGELIJKEN LOONT

Veel ondernemers die snel een financiering nodig hebben, regelen graag een krediet online vanuit hun luie stoel. Maar is dat de beste oplossing voor jou? Zo beschik je wel snel over je financiering, maar vaak kom je op een later moment moeilijk van het product af. Meestal zijn er ook andere oplossingen die je vaak lagere maandlasten opleveren en betere voorwaarden. Maak daarom altijd een vergelijking tussen meerdere aanbieders, want dat loont.

PASSENDE OPLOSSING

Er zijn verschillende manieren om jouw plannen te financieren. Voor veel ondernemers blijft de bank een vertrouwde manier om een lening af te sluiten. Met een zakelijk krediet bijvoorbeeld kun je snel en makkelijk geld lenen op het moment dat jij het nodig hebt.

FINANCIEREN OP BASIS VAN TRANSACTIEGEGEVENS

Ook alternatieve financieringsvormen zoals crowdfunding, leasing en overheidssubsidies kunnen een aantrekkelijke manier zijn om jouw plannen te realiseren. Uiteraard kun je bij deze alternatieve oplossingen ook snel over het gevraagde geldbedrag beschikken, want geldverstrekkers beoordelen jouw financieringsvraag niet op basis van jouw resultaten in de afgelopen jaren, maar hanteren jouw transactiegegevens als uitgangspunt.

Welke vorm en welke geldverstrekker je ook kiest, kies een manier die past bij jouw situatie en maak een vergelijking zodat je zeker weet dat je de beste keuze maakt. Voor elk goed plan is een passende financieringsoplossing mogelijk. Daar help ik je natuurlijk graag bij. Zo kun jij snel reageren op veranderingen in de markt en hoeft je geen enkele kans te laten liggen.



JULIA VOSKUILEN-VAN KOOIJK
Coach & CREF behandelaar
www.toppaardencoaching.nl

IS HET BINNEN EEN BEDRIJF ECHT ZO ANDERS DAN THUIS?

Nee, dat denk ik niet.

De hele rugzak van thuis neem je mee naar je werk, of je dat nu wilt of niet.

Voelt een werknemer zich gehoord en gezien op de werkvloer? Hoeveel schrijnende verhalen hoor je over pesten of autoritair gedrag van een leidinggevende? Bijna iedereen heeft wel eens te maken met grensoverschrijdend gedrag. Wat zorgt ervoor dat iemand dit gedrag vertoont en waarom wordt het toegelaten? Dit zijn interessante vragen die goed met paardencoaching uitgebeeld kunnen worden.

Paardencoaching kan zeer behulpzaam zijn om inzichten te verkrijgen in teams en individuen. Ik richt me vooral op het individu en kan met mijn paarden veel inzichten bieden, zodat je begrijpt wat er om je heen gebeurt, maar ook met jezelf op de werkvloer. Meer bewustwording kan ervoor zorgen dat je anders naar je werk kijkt en misschien minder vermoeid naar huis gaat!

Maar ook leiderschap: hoe kan ik beter en effectiever in contact staan met mijn collega's? Hoe benader je iemand op de juiste manier? Hoe verhoud jij je tot je collega's en zij tot jou? Ook hier zijn paarden fantastische spiegels die direct reageren op jou; als je je houding aanpast, zie je direct resultaat bij de paarden. Het mooie van deze feedback is dat je het direct kunt toepassen in het dagelijks leven en op je werk.

Dit kun je bijvoorbeeld doen door opstellingen te maken met pionnen of een kudde paarden. Wat laten ze zien, wat zie jij? Je leert jezelf beter kennen en aanvoelen. Soms komen er ineens verrassende inzichten naar boven die veel kunnen verklaren en helpen om beter te functioneren in het leven en dus ook op je werk.

Ben je benieuwd hoe dit voor jou kan werken? Je bent welkom voor een vrijblijvend adviesgesprek.



WERKEN MET AI? ZORG DAT JE BEDRIJF AI-READY IS

AI-tools kunnen je veel tijd en geld besparen én je werk beter maken. ChatGPT bijvoorbeeld denkt gemakkelijk mee over een tekst voor je website en Microsoft Copilot analyseert je bedrijfsdata, om er daarna in een handomdraai een mooie presentatie van te maken, om maar wat te noemen.

Perfect, toch? Ja. Maar: AI-tools inzetten is meer dan een goede prompt bedenken. Want is je bedrijf überhaupt wel klaar voor AI? En je ICT-omgeving, hoe staat het daarmee?

COPILOT: DE DIGITALE BEDRIJFSASSISTENT

Als ICT-specialist krijgen we regelmatig vragen over tools als Microsoft Copilot. Copilot is sinds maart 2024 beschikbaar in Nederland en kan iets wat het openbare platform ChatGPT niet kan: hij combineert je bedrijfsdata met data van het internet. Op die manier genereert Copilot content die is toegespitst op jouw bedrijf én die netjes binnen je eigen ICT-omgeving blijft. Dat stukje privacy alleen al zorgt ervoor dat je Copilot kan inzetten om interne nota's en spreadsheets samen te vatten, mails te schrijven en offertes op te stellen. Een heel handige digitale assistent dus, maar wel eentje die je op de juiste manier moet inzetten.

HOE EN WAAR ZET JE COPILLOT IN?

Het start bij kosten en baten tegen elkaar afzetten. Je betaalt voor de licentie, dus wat gaat Copilot jouw bedrijf opleveren? Welke werkzaamheden kan de tool overnemen en hoeveel tijd bespaar je daarmee? Ga je het bedrijfsbreed gebruiken, of juist alleen op die afdelingen en in die functies die er de meeste baat bij hebben? En werken je medewerkers wel veilig? Allemaal vragen om goed in kaart te brengen.

VEILIGE ICT-INFRASTRUCTUUR

Naast het financiële en menselijke stuk heb je natuurlijk ook te maken met je ICT-infrastructuur. Die moet écht AI-ready zijn voor je met Copilot aan de slag gaat. Denk daarbij bijvoorbeeld aan het juist instellen van gebruikersrechten: wie mag welke gegevens oproepen? Welke gegevens mogen ingezet worden voor het genereren van content? Bepaalde beleidsdocumenten, of HR-informatie zoals contracten en loonstroken, vragen om privacy en moeten niet via Copilot door iedereen geopend kunnen worden.

We zeiden het al: Copilot gebruiken voor je bedrijf is meer dan een goede prompt bedenken. Je wil aan de voorkant uitvissen of de baten wel groter zijn dan de kosten, en je wil ervoor zorgen dat je ICT-systeem een solide, veilige basis heeft voordat je Copilot erop loslaat.

AAN DE SLAG MET AI BINNEN JOUW BEDRIJF?

Geen idee hoe je dat voor elkaar krijgt? Benieuwd waar Copilot kan inhaken op je bedrijfsprocessen? Laat Yellow Spring met je meedenken. Yellow Spring heeft een training ontwikkeld waarin we je meenemen in de mogelijkheden van Copilot. Ook kijken we bij welke werkzaamheden Copilot je kan assisteren.

Want alleen zo komen we tot ICT die werkt voor jou! Neem contact op via service@yellowspring.nl of bezoek onze website voor meer informatie: www.yellowspring.nl.



LET OP: GOOGLE GOOIT HET ROER OM!

In SEO-land is er heel wat gaande momenteel. Na jaren van relatieve rust is er nu echt heel wat aan het veranderen. Is Google ook bij jouw bedrijf een onderdeel van je businessmodel? Dan is het handig om dit artikel te lezen. Want Google gaat veranderen!

De feiten op een rijtje:

1. GOOGLE-UPDATES: KWALITEIT

Google heeft onlangs een aantal updates uitgerold die alle gaan over kwaliteit: de E-E-A-T Update (2022), de Helpful Content Update (2023) en een Core Update (2024).

2. AFFILIATE WEBSITES FORS GERAAKT: +/- 35%

Door de core update van maart dit jaar zijn inmiddels veel affiliate websites geraakt. Ze verloren in één keer gemiddeld 35% van hun organisch verkeer.

3. OOK 'GEWONE' WEBSITES GERAAKT

Sinds begin 2024 zijn er ook veel 'gewone' websites en webshops geraakt. Ze verliezen zoekwoordposities en traffic vanuit Google en andere zoekmachines.

4. EXTREME GROEI DOOR HELPFUL CONTENT-EXPERIMENT

Van januari tot en met mei dit jaar heb ik een experiment gehouden met helpful content. In 5 maanden zag ik een groei van ruim 250% in organisch verkeer!

Niets doen is achteruitgang. In dit artikel neem ik je mee in wat je kunt doen om mee te gaan in deze ontwikkelingen van Google en zo je organische verkeer kan behouden of vergroten.

Heb je het idee dat jouw content wel helpful is? Beantwoord dan eens onderstaande vragen. Als je één keer of vaker nee antwoordt, is het tijd je SEO-content aan te passen aan de nieuwe richtlijnen van Google.

ZO ZIET STANDAARD SEO-CONTENT ER ONGEVEER UIT OP HET WEB:

- Veel zoekwoorden
- Veel marketingtermen
- Lange blokken tekst
- Regelmatig verstopt achter een 'lees meer'
- Zinnen die niet lekker lopen
- Teksten die niet goed leesbaar zijn
- Vaak met veel interne linkjes
- Met deze content ga je het niet meer redden...

HOE MAAK JE DAN HELPFUL CONTENT?

Hier de vier belangrijkste content-ingrediënten uit mijn experiment waarbij mijn website ruim 250% extra organisch verkeer kreeg puur door content helpfull te maken:

1. BEPAAL DE ZOEKINTENTIES PER PAGINA

Zoek niet alleen zoekwoorden waarop je gevonden wil worden, maar vooral ook vragen, problemen, zorgen, dilemma's en angsten achter deze zoekwoorden waar jouw potentiële klant mee bezig is.

Wat zoekt hij? Wat wil hij echt? Wat is belangrijk? Het gaat hier om een hele praktische manier van denken.

Een ChatGPT-prompt:

"Wat kunnen zoekintenties zijn van mensen die zoeken op [onderwerp]. Wat zijn dan de vragen achter deze zoekopdracht? Geef mij tien relevante en waardevolle zoekintenties."

Ook handig is om gewoon in Google bij webpagina's boven jouw pagina in de zoekresultaten te bezoeken en onderzoeken welke onderwerpen zij behandelen.

Hoe breder je deze eerste stap doet, des te groter de kans is dat jouw pagina de vragen van jouw bezoeker beantwoordt. De gevonden zoekintenties vormen de structuur van je pagina.

2. SLOOP OUDE 'SEO-STRUCTUREN'

De meeste SEO-content staat er vol van. Bekijk op iedere pagina per alinea 'voegt dit wel wat toe?' Zo niet, dan lekker verwijderen. Dit doe je op paginaniveau, maar ook op website niveau.

Zo neemt het aantal kwaliteitpagina's gedeeld door het totaal aantal pagina's toe. Ik noem dit voor het gemak: DQ = Domain Quality.

Doe dit ook met de zoekwoorden in een pagina. Google heeft een bepaalde zoekwoordichtheid niet meer nodig. Wanneer

het zoekwoord in de URL, metatag en paginakopje staat, weet ze prima waar jouw pagina over gaat.

Schrijf zonder het aantal zoekwoorden in je tekst te tellen/optimaliseren.

3. BRENG DE MENSELIJKE ERVARING IN

Je bezoeker wil praktische en concrete informatie. Hij wil echt geholpen worden. Wanneer jouw content deze menselijke ervaring niet heeft, kun je het net zo goed laten schrijven door een AI-tool.

Een hele goede bron voor deze menselijke ervaring is de medewerker van de klantenservice of bijvoorbeeld de verkoop binnendienst. Hier regent het vragen en klachten. Wanneer je deze input verwerkt in je content wordt het echt helpfull!

Een ander deel van deze menselijke ervaring is de uniekheid van jouw bedrijf. Wat doen jullie anders dan de concurrent? Dit onderscheidende vermogen geldt alleen voor jullie bedrijf. Dit inbrengen zorgt voor een stukje uniekheid/authenticiteit.

Een andere mooie manier is het inbrengen van voorbeelden, van veel gestelde vragen, van cases. Dit is de content waar je bezoeker blij van wordt!

4. MAAK JE CONTENT LEESBAAR

De standaard SEO-teksten zijn gemaakt voor zoekmachines, niet voor mensen. Ze zijn daarom vaak slecht leesbaar. Helpfull content is wel gemaakt voor bezoekers. Dit betekent dat online leesbaarheid van je content zeer belangrijk is.

HIER EEN AANTAL TIPS:

- Hanteer 'dunne' alinea's, liefst niet meer dan drie à vier regels
- Gebruik informatieve kopjes en tussenkopjes
- Houd zinnen kort (circa vijftien woorden)
- Gebruik alleen interne links als ze super relevant zijn
- Zorg dat je contentvlak niet langer is dan circa 600 pixels
- Breek teksten met afbeeldingen of video's
- Zorg voor een nette inhoudsopgave met interne linkjes
- Minimaliseer afleiding
- Een slider is oké, maar laat hem niet bewegen

Ben jij er klaar voor om het roer om te gooien?

CHECK JE EIGEN CONTENT:

- Biedt jouw content originele en unieke informatie die elders niet te vinden is?
- Geeft jouw content een uitgebreide beschrijving van het onderwerp?
- Is de content op jouw website iets wat je zelf zou delen en aanbevelen?
- Is de inhoud geschreven of beoordeeld door een expert of iemand met aantoonbare kennis van het onderwerp?
- Toont je inhoud duidelijke expertise uit eerste hand, gebaseerd op daadwerkelijk gebruik van een product of dienst?
- Zal iemand na het lezen van je content het gevoel hebben dat ze voldoende over een onderwerp hebben geleerd om hun doel te bereiken?
- Is jouw content primair gericht op lezers en gebruikers, en niet op zoekmachines?
- Is de lengte van je pagina's niet gebaseerd op een vast aantal woorden?
- Voor velen is het nu tijd om je oude standaard SEO-content te transformeren naar helpfull content!



DIVERSITEIT IN DE NEDERLANDSE TECHNOLOGIESECTOR

Wat is een goed beleid om diversiteit en inclusie op de werkvloer te bevorderen? Hoe ontstaat een inclusieve werkomgeving en waarom is het belangrijk? De techorganisatie Diverse Leaders in Tech maakt zich hard voor inclusiviteit en gelijkheid binnen de Europese technologie sector. Maar ook andere sectoren zijn gebaat bij een Diversiteit, Gelijwaardigheid & Inclusie beleid.

DIVERSITEIT IN DE IT-BRANCHE

In de IT-branche is het belang van diversiteit al langer een thema. Vaak worden de eerste testen met airbags in auto's genoemd als illustratie van wat fout kan gaan als er geen diversiteit is bij het ontwikkelingsteam. De testen waren bedacht door mannen en afgesteld op mannen; het gemiddelde verschil in lengte en gewicht tussen mannen en vrouwen was niet meegenomen in de berekening, met fatale en kostbare gevolgen. Ook in de farmaceutische- en medische wereld wordt het belang van diversiteit in het ontwikkelingsteam al langer onderkend.

Een ander aspect van diversiteit wordt duidelijk

door de cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek. Anno 2024 heeft ongeveer een kwart van de Nederlanders een migratieachtergrond. Daarvan heeft grofweg de helft een niet-Westerse - en de andere helft een Europese achtergrond. Dat betekent dat niet alleen de afzetmarkt divers is, maar ook het aanbod van talent.

TECHNOLOGIESECTOR

Nederland heeft veel startups. De technologie sector heeft het potentieel om door middel van innovatie de oplossingen te vinden voor de grote vraagstukken van deze tijd. Of het nu gaat over klimaat, voedselveiligheid, betaalsystemen of sociale media, een doordacht Diversiteit, Gelijwaardigheid & Inclusie (DGI)-beleid

is een van de sleutels voor succes; diversiteit vanaf het begin, samenwerking op basis van gelijkheid met als gevolg integratie op de werkvloer. Diverse Leaders in Tech (DliT) geeft hier gehoor aan en heeft als streven om een diverser gezicht te geven aan de technologie sector in binnen- en buitenland. Tegen 2030 wil deze organisatie de technologie-industrie veranderen door datagestuurde DEI (diversity, equity, inclusion, red) te normaliseren, de representatie van cultuur, gender en neurodiversiteit te verbeteren, discriminatie op de werkplek te beëindigen, LGBTQI+-veiligheid te bevorderen, internationaal talent te behouden en AI-vooroordelen te verminderen door middel van uitgebreid onderwijs en een goed netwerk.

2024: HET JAAR VAN VROUWEN IN DE TECHNOLOGIESECTOR

2024 wordt een groot jaar voor vrouwen in de technologie-sector. Op 26 en 27 juni is er het congres Europese European Women in Technology in Amsterdam. Van 23 tot en met 25 april vindt het Women in Tech Global Conference plaats, een internationaal congres dat hybride zal worden georganiseerd. Inclusiviteit en diversiteit zijn actuele thema's die bij beide congressen aan bod komen.

ONDERZOEK NAAR DIVERSITEIT

DliT is een van de organisaties die in 2022 en 2023 meewerkte aan een onderzoek naar de diversiteit in de Nederlandse technologie-sector. Het onderzoek werd uitgevoerd met steun van onder anderen Taskforce Digital en het ministerie van Economische Zaken en Klimaat.

De cijfers in dit onderzoek tonen aan dat het percentage van vrouwen in de digitale sector in Nederland in 2023 is gedaald tot onder het Europees gemiddelde. Gender is een van de ijkpunten voor diversiteit, net zoals bijvoorbeeld geaardheid, religie of migratie-achtergrond. De daling van vrouwen in de technologie-sector is extra alarmerend omdat Nederland juist vóór ligt met een infrastructuur van techbedrijven die toonaangevend zijn. Om die voorsprong in de toekomst te behouden, is een goed DGI-beleid belangrijk. Naast een financieel businessplan is het voor een bedrijf steeds belangrijker om ook een planning te ontwikkelen over het bevorderen van diversiteit en inclusiviteit op het werk.

VERSCHILLENDE TALENT AANTREKKEN

Volgens Ingrid Tappin, oprichtster van DliT en het DEI in Tech Summit, starten bedrijven vaak met diversiteit door het aantrekken van talent dat van elkaar verschilt. Het gaat hier dan niet alleen over gender, geaardheid of culturele achtergrond, maar bijvoorbeeld ook over neurodiversiteit. Neurodiversiteit gaat over de verschillende manieren waarop de hersenen van mensen informatie en prikkels verwerken, en problemen oplossen. Hoe inclusief een werkgever is, en in welke mate deze van gelijkwaardigheid een prioriteit maakt, heeft invloed op in hoeverre deze partij goede werknemers weet aan te trekken en te behouden.

INCLUSIVITEIT ALS PROCES

Tappin legt uit dat inclusiviteit een proces is. Dat proces komt op gang als er wordt samen-gewerkt op basis van gelijkheid. Diversiteit ligt hierbij aan de basis en zorgt voor een werksfeer waardoor bij de ontwikkeling van producten en programma's rekening wordt gehouden met verschillen. Het management geeft het voorbeeld van samenwerking op basis van gelijkheid. Goed leiderschap is dus van groot belang. Met name op leidinggevend niveau is er nog te weinig sprake van diversiteit. Als de cultuur niet is doorgedrongen tot alle lagen van de organisatie en het bestuur, mis je belangrijke rolmodellen. Dat begint bij het werven en verwelkomen van nieuwkomers in het team.

Helaas meten nog weinig bedrijven de diversiteit en inclusiviteit in hun team. Etnische achtergrond, geloof, geaardheid of het hebben van een lichamelijke of mentale handicap kunnen belangrijke redenen zijn waarom een sollicitant geen gelijke kans krijgt of een werknemer zich niet voelt opgenomen in het team. Uitsluiting kan overigens zowel bewust als onbewust gebeuren. Bij het onlangs uitgebrachte diversiteitsonderzoek over inclusiviteit gaf een groot aantal van de respondenten aan ongemak te voelen over samenwerken met een vrouw die een hijab draagt. Hoe ga je hier als leidinggevende mee om? Ook de commotie rondom grensoverschrijdend gedrag bij de omroepen toont aan dat modern leiderschap vraagt om het herkennen van de cultuurverandering.

Soms zijn er gebeurtenissen, zoals de dood van George Floyd en de #METOO affaire, die de aandacht vestigen op de gevaren van een bepaald soort discriminatie. Hierdoor ontstaat er een verschuiving van het draagvlak. Het gaat niet alleen over het voorkómen van discriminatie maar vooral over herkenning van het belang van een inclusief beleid. Ergens bij horen, gelijke kansen bieden op het vlak van professionele ontwikkeling en verantwoordelijkheid, zorgen ervoor dat een bedrijf en het team met de maatschappij meegroeit, en dat is ook een belangrijk aspect van duurzaamheid.

MEERWAARDE VAN EEN DGI-BELEID

De arbeidsmarkt is blijvend veranderd. Wat werknemers kunnen en willen is niet zoals het vroeger was. Werkgevers hebben er belang bij hiermee goed om te gaan. Wanneer een DGI-beleid succesvol wordt toegepast, levert het betere financiële resultaten op in vergelijking tot bedrijven die geen focus hebben op DGI. Innovatie levert meer op en ideeën worden vaker doorontwikkeld tot concrete producten en diensten. Diverse en inclusieve bedrijfsculturen zijn ook sneller in staat nieuwe markten aan te boren. Ook tonen onderzoeken keer op keer aan dat diverse teams beter samenwerken en betere beslissingen nemen.

Ingrid Tappin (DliT) tijdens de Tech Summit in Spant! Bussum in 2023.
Foto: Rebekka Mell



EEN GOEDE PITCH IS ESSENTIEEL VOOR SUCCES!

Vraag je je weleens af hoe je jouw verhaal kort en krachtig kunt overbrengen? Een pakkende pitch over jezelf, je onderneming of je plannen kan enorm helpen bij het opbouwen van een netwerk. Volgens Ralf Fleuren, auteur van het boek *Pitchen met Power* voel je je zekerder met een goede voorbereiding, maar verlopen gesprekken ook gemakkelijker en bouw je meer waardevolle contacten op. "Deze zijn cruciaal voor je toekomstige stappen", aldus Ralf.

In 2008 startte Fleuren zijn online marketingbureau en bezocht een bijeenkomst van de ondernemersvereniging in zijn buurt. Samen met zijn vader, een ervaren ondernemer, ging hij naar de netwerkborrel. Daar vroeg iemand hen wat zij deden. "Mijn vader had meteen een goed verhaal, maar ik stamelde alleen: "Ik doe iets met marketing", blikt Ralf terug. "Ik voelde me ongemakkelijk omdat ik geen overtuigend verhaal had voorbereid over mijn nieuwe onderneming. Dit was geen ideale start voor mijn bedrijf en mijn eerste ontmoetingen met andere ondernemers."

OVERTUIGEN

Een pitch is een korte, krachtige presentatie met als doel de ander te overtuigen van jouw kwaliteiten of missie. Een goede pitch is een basisvoorwaarde voor succesvol ondernemen en werken en kan in veel situaties van pas komen. "Nu, 15 jaar later, heb ik een sterke pitch voor mezelf ontwikkeld", vertelt Ralf. "Ik weet precies wat ik moet zeggen en doen tijdens netwerkbijeenkomsten. Bovendien heb ik mezelf gespecialiseerd in het helpen van anderen bij het maken van een goede pitch. In 2023 bundelde ik mijn ervaringen en lessen in het boek 'Pitchen met Power' om anderen te helpen beter te leren pitchen."

WAAROM IS EEN GOEDE PITCH BELANGRIJK?

Als ondernemer ben je het visitekaartje van je bedrijf. "Je ontmoet regelmatig mensen die nieuwsgierig zijn naar wat je doet", zegt Ralf. "Het is essentieel om je onderneming en aanbod enthousiast en duidelijk te presenteren. Bovendien ben je online actief om je boodschap uit te dragen."

PAKKENDE BOODSCHAP

In een wereld waar mensen steeds minder tijd hebben en continu overspoeld worden met informatie, is een korte en



Ralf Fleuren.

krachtige pitch van groot belang. "Een pakkende boodschap zorgt ervoor dat mensen snel begrijpen wat jou en jouw aanbod uniek maakt en of ze daar nu of in de toekomst behoefte aan hebben", benadrukt Ralf. "Bovendien blijven ze je hierdoor beter onthouden en verwijzen ze je makkelijker door naar anderen die jouw diensten nodig hebben. Een goede pitch zorgt er bovendien voor dat je in deze drukke informatiestroom opvalt en een blijvende indruk achterlaat. Dit is cruciaal voor het opbouwen van een sterk netwerk en het aantrekken van nieuwe klanten."

PITCH OP JE EIGEN MANIER

Een pitch hoeft volgens Ralf geen glad verkooppraatje te zijn. "Het moet iets zijn dat recht uit je hart komt en echt bij jou en jouw ambities past. De tijd van neppe commerciële verhalen is voorbij. Waar draag jij aan bij voor een betere wereld en wat heb jij te bieden aan de ander? Dat is waar echt pitchen anno 2024 om draait. Pitchen draait om authentiek zijn en een oprechte connectie maken, zodat je niet alleen je boodschap overbrengt, maar ook echt contact maakt met je gesprekspartner."

PITCHEN ALS WERKZOEKENDE

Ook als je geen ondernemer bent, maar een baan zoekt, is een pitch belangrijk. "Je bent tenslotte de ondernemer van je eigen leven. Je kiest zelf waar je wilt werken en hoe je jouw loopbaan vormgeeft. Jouw pitch helpt je om de juiste omgeving te vinden die bij jou en jouw missie past. Het helpt om te zien of er een klik is en of je op je plek bent daar."

HOE PITCH JE GOED ALS ONDERNEMER OF WERKZOEKENDE?

Het begint volgens Ralf bij een goede voorbereiding. "Stel jezelf eerst een aantal wezenlijke vragen: Wat wil ik

bereiken met mijn pitch? Wat heb ik precies te bieden? Wat is mijn belangrijkste boodschap? Neem de tijd om hier goed over na te denken en bespreek het met anderen.

Daarna kan je creativiteit aan het werk gaan. Denk na over hoe je jouw boodschap op een opvallende en aansprekende manier kunt overbrengen. Doe dit op een authentieke en creatieve wijze! In mijn boek 'Pitchen met Power' beschrijf ik 23 pitchtechnieken die alle ruimte bieden voor jouw eigen stijl van pitchen. Kies wat jou het meeste aanspreekt en wat bij jouw doel, boodschap en doelgroep past."

"Gebruik een herkenbare structuur", vervolgt hij. "In het boek beschrijf ik de vijf stappen van een goede pitch. Deze stappen zijn herkenbaar voor mensen en zorgen ervoor dat ze vanaf het begin geboeid naar je luisteren en 'aanhaken' op je verhaal. Denk bijvoorbeeld aan een pakkende opening waarmee je de aandacht van je publiek trekt. Dat kan op veel manieren; durf op te vallen en maak er iets bijzonders van."

OEFENING BAART KUNST

Pitchen is volgens hem vooral een kwestie van doen. "Het draait om ervaring opdoen en dingen uitproberen. Leer niet alleen een tekst uit je hoofd, maar breng deze ook op jouw eigen authentieke manier over. Na verloop van tijd zal je merken dat het echt jouw persoonlijke verhaal wordt, dat je op veel verschillende momenten en plekken kunt gebruiken. Of het nu tijdens een netwerkborrel, in de supermarkt, in een sollicitatiegesprek of op andere plekken is, je pitch zal steeds natuurlijker en overtuigender overkomen. Dus ga aan de slag, oefen regelmatig en wees niet bang om fouten te maken. Elke keer dat je pitcht, leer je iets nieuws en word je beter. Het is deze praktijkervaring die je pitch krachtig en authentiek maakt."



MEER WETEN OVER PITCHEN?

Wil je meer leren over het maken van een krachtige pitch en alle bijbehorende technieken? In zijn boek Pitchen met Power (uitgegeven door Haystack) beschrijft Ralf 23 effectieve pitchtechnieken en de vijf stappen van een goede pitch. Dit helpt je om jouw boodschap op een authentieke en aansprekende manier over te brengen. Bovendien bevat het boek een handig werkblad waarin je stap voor stap jouw pitch kunt gaan maken.



Daniëlle
DE VRIES

Coach & trainer, begeleider HSP
en extern vertrouwenspersoon

Aandacht en tijd voor je eigen ontwikkeling



06 30 60 42 17 (WhatsApp ook mogelijk) - info@danielledevriescoaching.nl

WWW.DANIELLEDEVRIESCOACHING.NL



LISANNE RICHARD
ESG Reporting Specialist
Confirm

WELKE KANSEN BIJDT DE CSRD WETGEVING VOOR JOUW ORGANISATIE?

De CSRD (de wet die ervoor zorgt dat alle grote ondernemingen in Europa een duurzaamheidsrapport dienen te publiceren) heeft veel impact op het bedrijfsleven en is een echte wake-up call.

De nieuwe regels streven naar een transparantere en duurzamere economie, maar wat betekent dit nu eigenlijk concreet? Is het vooral een kans om jezelf te onderscheiden of zorgt het hoofdzakelijk voor nog meer regelddruk?

Met de recente invoering van verschillende 'duurzaamheidsregelingen' zoals de registratieverplichting van geïmporteerde CBAM-goederen, de registratie van werkgebonden personenmobiliteit en de verplichting voor het groot mkb tot het opstellen en openbaar maken van een duurzaamheidsrapport wordt er veel gevraagd van het mkb. De kennis en capaciteit om deze regels te implementeren is vaak onvoldoende aanwezig en zorgt daarmee op korte termijn voor een grote uitdaging. Door echter nu bewust de keuze te maken om te investeren in het opstellen van een goede duurzaamheidsstrategie en deze te integreren in de bedrijfsstrategie kun je verschillende kansen creëren voor jouw organisatie zoals:

- **Realiseren van kostenbesparingen;** duurzaamheidsmaatregelen kunnen langetermijnbesparingen met zich mee brengen zoals lagere energiekosten, efficiënter gebruik van grondstoffen, afvalreductie, efficiënter omgaan met transportbewegingen.
- **Gebruik maken van subsidiemogelijkheden en/of belastingvoordelen;** momenteel wil de overheid verduurzaming stimuleren met subsidies via bijvoorbeeld het social sustainability funds. Deze voordelen zullen op langere termijn verdwijnen, het is dus goed om nu naar de mogelijkheden te kijken voor jouw organisatie.
- **Vergroten aantrekkelijkheid als werkgever;** op de veelal krappe arbeidsmarkt kun je jezelf onderscheiden door het regelen van goede arbeidsvoorwaarden voor jouw (toekomstig) personeel.
- **Financieringsmogelijkheden uitbreiden;** indien je momenteel geld wil lenen voor jouw verduurzamingsmaatregelen kan de bank een mkb groen borgstelling aanvragen waardoor je gemakkelijker geld kunt lenen voor jouw duurzame investeringen. Anderzijds zorgt het verduurzamen van je bedrijfsmodel ervoor dat je in het toekomstig kapitaal kunt blijven aantrekken.
- **Vooruitlopen op toekomstige wetgeving;** door nu te voldoen aan de vereisten vanuit de CSRD ben je als mkb-organisatie beter voorbereid op toekomstige regelgeving en kun je hiermee mogelijke aansprakelijkheidsrisico's, sancties of reputatieschade voorkomen.
- **Vergroten merkwaarde;** het verduurzamen van je bedrijfsmodel en/of samenwerken met duurzame partners kan ervoor zorgen dat je een positief imago creëert en hiermee jouw merkwaarde vergroot.

Meer weten over de implementatie van de CSRD en hoe deze kansen te benutten? Neem dan contact met ons op!

HOE KUN JE SLIMMER WERKEN?

Steeds meer bedrijven vragen zich af: "Hoe kun je slimmer werken?" Het antwoord ligt vaak in het automatiseren van repetitieve taken en processen, waardoor je kostbare tijd bespaart en de efficiëntie verhoogt. Een populaire tool die hierbij helpt, is Power Automate van Microsoft 365. Cornelis van Tuijl, Manager IT van ISO Groep, deelt zijn inzichten.

Cornelis van Tuijl van ISO Groep, vertelt: "Wij zien dat steeds meer bedrijven nadenken over het slimmer maken van processen. Met behulp van Power Automate kunnen bedrijfsprocessen en repeterend werk eenvoudig geautomatiseerd worden. Hierdoor kan personeel zich richten op belangrijkere taken die creativiteit en interactie vereisen."

APPS EN AUTOMATISERINGEN

Apps en automatiseringen binnen het Power Automate platform van Microsoft bieden oplossingen voor uiteenlopende taken zoals het archiveren van bestanden, verwerken van e-mails, en genereren van standaard documenten. Door deze handelingen te automatiseren, kunnen bedrijven niet alleen tijd besparen, maar ook de kans op fouten verminderen. Daarnaast maakt Power Automate het mogelijk om gegevens te verwerken met behulp van kunstmatige intelligentie, waardoor bedrijven betere beslissingen kunnen nemen.

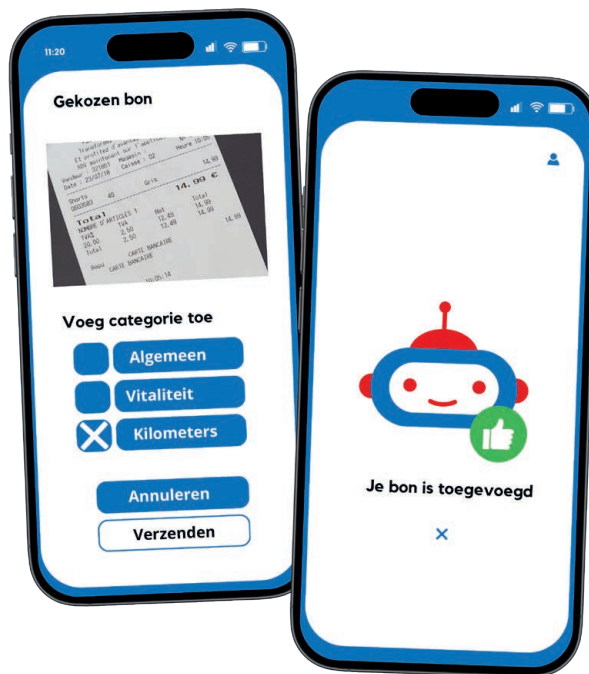
DECLARATIEAPP

Van Tuijl legt uit dat de integratie van Power Automate binnen Microsoft 365 een naadloze ervaring biedt. "Door de krachtige koppelingen met andere Microsoft-producten zoals Outlook, SharePoint en Teams, kunnen bedrijven echt een samenwerkende en efficiënte werkomgeving creëren. Daarnaast kunnen wij koppelen met veel softwarepakketten, bijvoorbeeld om inkooporders aan te maken of mutaties uit te voeren. Een mooi voorbeeld van een slimme tool gemaakt met behulp van Power Automate is de DeclaratieApp die we pas ontwikkeld hebben."

GEEN RONDSLINGERENDE BONNEN

Voor wie last heeft van rondslingerende bonnetje en omslachtige systemen, biedt de DeclaratieApp uitkomst. Hiermee hou je orde in je documenten chaos en krijg je meer gedaan. De app helpt bedrijven met het digitaliseren, classificeren en verwerken van documenten. Bonnen, facturen, contracten en meer. Van Tuijl: "In drie klikken dien je declaraties in via mobiel of pc. De status van alle ingediende declaraties zie je in je persoonlijke dashboard. Leidinggevenden krijgen een seintje om de declaratie goed te keuren en daarna kan de bon verder het proces in."

Kortom, door goed te kijken naar het slimmer maken van processen en te investeren in automatiseringstools zoals Power Automate, kunnen bedrijven niet alleen efficiënter werken, maar ook een meer dynamische werkplek creëren. De consultants van ISO Groep hebben hun agenda speciaal opengezet voor lezers die interesse hebben apps en automations. Plan direct een afspraak.





ANNELIES VAN DE BROEK
Blossomfield.nl

Kleinschalige vergaderlocatie & paardencoaching in de vruchtbare Brabantse wei

TEAM BEKENT KLEUR

Als ik met dit team op deze druilerige dag de wei in stap voor teamsessie bij de paarden, blijven de paarden deze keer in eerste instantie wat op afstand. Het kleinste paard van de kudde komt altijd even polshoogte nemen. Zo ook nu.

Het paard is vooral bezig met de voeten van de deelnemers. Soms rustig en soms met wat minder subtiel. Ze laat zien dat de deelnemers wellicht nog niet helemaal geland zijn en nog erg in hun hoofd zitten.

Na de vraag aan deze kudde om te bewegen ten opzichte van het thema van vandaag, komt er ook in de rest van de kudde beweging. De ruinen (mannelijke paarden) gaan de deelnemers af en de merries blijven iets op afstand. Paard Salmur, die vaak aangaat bij spanning, gaat uitgebreid liggen rollen. Zichtbaar voor iedereen. En het bijzondere is dat hij zich, nadat hij opgestaan is, niet uit/afschud. Het is een wit paard, dus het zand blijft zichtbaar op hem liggen.

‘Hoe zichtbaar zijn jullie eigenlijk?’

En hoe laten jullie jezelf écht in al jullie eigen kleur zien?’

De vraag die ik op dat moment aan het team stel, is: ‘Hoe zichtbaar zijn jullie eigenlijk? En hoe laten jullie jezelf écht - in al jullie eigen kleur - zien?’ Het wordt stil. Een enkeling is zichtbaar geraakt. Ondertussen zijn de paarden nabij en rustig. Alsof ze in afwachting zijn. Maar ook steunend in dit moment.

Er komt een dialoog op gang over wat er onderling spannend is. Dat het kwetsbaar is om dit naar elkaar uit te spreken. Zoals: welk verlangen er bij de leden van het team leeft, wie zich niet gezien voelt en over last zie op bepaalde schouders terechtkomt. Ieder lid van het team wordt nu meer zichtbaar in zijn eigenheid.

Salmur schudt zich nu wél af, waardoor zijn witte vacht weer in alle glorie zichtbaar wordt. Hij galoppeert naar het einde van de wei. De rest van de paarden volgen, waarna ze rustig briesend gras eten.

In de groep wordt het weer stil. Er wordt diep geademd. Er is een snaar geraakt en er komt ruimte. Iedereen voelt: er is werk te doen en niet alleen met het hoofd. Paarden maken zichtbaar wat je niet ziet. Van daaruit kun je een team creëren wat veel authentiek is en waarin ieder zijn eigen kracht kan leven en dit ten dienste van het team.

Kunnen in jouw team alle medewerkers hun eigen kleur laten zien?

SOCIAL MEDIA IN 2024

De trends in online marketing gaan sneller dan ooit en dat geldt ook voor social media. De redactie dook in de cijfers van het Nationale Social Media Onderzoek 2024 van onderzoeksbureau Newcom Research & Consultancy om te achterhalen welke platforms het bijhouden waard zijn. Volgens het Nationale Social Media Onderzoek 2024 maken in



Nederland 14,3 miljoen mensen van 15 jaar en ouder gebruik van social media. De leeftijdsgroep 20-39 jaar is meer social media platforms gaan gebruiken. Deze groep gaat van gemiddeld 5,6 platforms in 2023 naar 6,0 platforms in 2024. Nederlanders onder de 40 zijn dagelijks nog actiever bezig met social media ten opzichte van 2023. De leeftijdsgroep 15-19 jaar zit gemiddeld 168 minuten per dag op deze online kanalen. De leeftijdsgroep 20-39 jaar besteedt er 154 minuten per dag aan. Mensen tussen de 40 en 64 gebruiken de platforms een stuk minder actief: 95 minuten per dag.

WHATSAPP MEEST POPULAIR

Kijken we naar de populariteit van de platforms, dan is WhatsApp in absolute cijfers het grootste platform met 13,4 miljoen gebruikers van 15 jaar en ouder in 2024. Daarna volgen Facebook (10,1 miljoen), YouTube (10,1 miljoen), Instagram (8,0 miljoen) en LinkedIn (5,5 miljoen). Binnen de top 10 groeit Telegram procentueel het hardst met 13%. Dit platform gaat van 1,7 miljoen gebruikers in 2023 naar 1,9 miljoen gebruikers in 2024. LinkedIn groeit van 5,0 miljoen in 2023 naar 5,5 miljoen gebruikers in 2024, een groei van 10%. Pinterest en Snapchat kennen juist een lichte daling in het aantal gebruikers.

DAGELIJKS GEBRUIK

Wat betreft het aantal dagelijkse gebruikers van 15 jaar en ouder, geeft het onderzoek aan dat het TikTok en Instagram de meeste gebruikers erbij hebben gekregen ten opzichte van 2023. Procentueel stijgt X het hardst, van 1,1 miljoen gebruikers in 2023 naar 1,4 miljoen gebruikers in 2024. Daarna volgt LinkedIn, dat van 1,1 miljoen naar 1,3 miljoen dagelijkse gebruikers gaat. Opvallend is dat WhatsApp nog steeds de lijst aanvoert, maar wel met een kleine 400.000 gebruikers is gedaald naar 10,4 miljoen dagelijkse gebruikers in 2024. Facebook blijft met 6,6 miljoen dagelijkse gebruikers in 2024 gelijk, terwijl het aantal gebruikers bij SnapChat en BeReal juist afneemt.

Onder tieners is WhatsApp eveneens het

platform met de meeste dagelijkse gebruikers, gevolgd door Snapchat, TikTok, Instagram en YouTube. BeReal, waarbij je als gebruiker dagelijks een venster van twee minuten hebt om jezelf en je omgeving te posten, maakte in 2023 diens opwachting, maar laat in 2024 een daling van een kwart van het aantal gebruikers onder deze doelgroep zien. Het gebruik van Facebook is sinds 2016 aan het dalen. Overigens loopt het dagelijks gebruik van WhatsApp en Instagram ook iets terug.

De leeftijdsgroep 20-39 heeft eveneens een duidelijke voorkeur voor WhatsApp, gevolgd door Instagram, Snapchat, TikTok, YouTube, BeReal en Facebook. Ook onder deze leeftijdsgroep verliest BeReal aan dagelijkse gebruikers, net als Snapchat, YouTube en Facebook. Het dagelijks gebruik van WhatsApp, Instagram en TikTok is daarentegen juist gestegen.

INSTAGRAM GROEIT GESTAAG

Wat betreft het aantal dagelijkse gebruikers is Instagram bij tieners een middenmoter geworden. Bij de dagelijkse gebruikers tussen de 20 en 49 jaar wint dit platform in 2024 juist terrein ten opzichte van het jaar ervoor. Dat maakt het platform interessant voor veel bedrijven en organisaties. Instagram leent zich bijvoorbeeld uitstekend voor het laten zien van de bedrijfscultuur van je organisatie, wat kan bijdragen aan het aantrekken van (jong) talent. Bedenk wel dat er op Instagram veel interactie plaatsvindt. Je moet na het plaatsen van berichten het platform dus goed in de gaten houden en reageren op commentaren.

LINKEDIN ZAKELIJK INTERESSANT

Wat betreft het zakelijke platform LinkedIn zijn zowel het absolute aantal gebruikers als het aantal dagelijkse gebruikers gestegen. Dit maakt dat het platform nog steeds de moeite waard is voor bedrijven en organisaties die in het b2b-segment zitten.

Social media platforms in absolute aantallen gebruikers in 2024 (Cijfers Nationale Social Media Onderzoek 2024)

1. WhatsApp:	13,4 miljoen
2. Facebook:	10,1 miljoen
3. YouTube:	10,1 miljoen
4. Instagram:	8,0 miljoen
5. LinkedIn:	5,5 miljoen
6. Pinterest:	4,5 miljoen
7. TikTok:	4,3 miljoen
8. Snapchat:	3,8 miljoen
9. X:	3,2 miljoen
10. Telegram:	1,9 miljoen
11. Discord:	1,8 miljoen
12. BeReal:	1,5 miljoen
13. Reddit:	1,5 miljoen
14. Polarsteps:	1,4 miljoen
15. Twitch:	1,3 miljoen
16. Signal:	1,0 miljoen
17. Threads:	0,9 miljoen
18. Tumblr:	0,7 miljoen
19. Caffeine:	0,7 miljoen
20. WeChat:	0,6 miljoen
21. Foursquare:	0,5 miljoen
22. Parler:	0,5 miljoen
23. Mastodon:	0,5 miljoen
24. Clubhouse:	0,5 miljoen

Social media platforms in aantal dagelijkse gebruikers in 2024 (Cijfers Nationale Social Media Onderzoek 2024)

1. WhatsApp:	10,4 miljoen
2. Facebook:	6,6 miljoen
3. Instagram:	5,0 miljoen
4. YouTube:	3,6 miljoen
5. TikTok:	2,6 miljoen
6. Snapchat:	2,4 miljoen
7. X:	1,3 miljoen
8. LinkedIn:	1,2 miljoen
9. Pinterest:	0,9 miljoen
10. BeReal:	0,7 miljoen
11. Telegram:	0,7 miljoen
12. Discord:	0,6 miljoen
13. Reddit:	0,5 miljoen
14. Signal:	0,4 miljoen
15. Twitch:	0,4 miljoen
16. Threads:	0,3 miljoen
17. Caffeine:	0,3 miljoen
18. WeChat:	0,3 miljoen
19. Tumblr:	0,3 miljoen
20. Polarsteps:	0,3 miljoen
21. Foursquare:	0,2 miljoen
22. Parler:	0,2 miljoen
23. Clubhouse:	0,2 miljoen
24. Mastodon:	0,2 miljoen

THREADS NIET POPULAIR

Het nieuwe platform Threads van Meta (het bedrijf achter onder andere Facebook, Instagram en WhatsApp) moet het alternatief voor X worden. Gebruikers kunnen net als bij X tekst, afbeeldingen en video's plaatsen en reageren op berichten van andere gebruikers. De gebruikersprofielen op Threads zijn gekoppeld aan Instagram-accounts. Als gebruiker moet je op beide services dezelfde gebruikersnaam hebben.

Volgens de cijfers van het Nationale Social Media Onderzoek 2024 begon Threads voorspoedig met een snelle stijging naar 0,9 miljoen gebruikers. Dat is een flinke groei, aangezien dit platform in december 2023 in de Europese Unie werd gelanceerd. Helaas lijkt het erop dat dit nieuwe social media kanaal de verwachtingen niet waar gaat maken. In Nederland gebruiken 875.000 mensen Threads, 425.000 gebruikers zijn sinds 14 december 2023 afgehaakt.

IS HET NODIG, NUTTIG OF ZINNIG?

“We moeten iets met AI.” Sinds de lancering van ChatGPT in 2022 is dit een veelgehoorde uitspraak van ondernemers. Aan het gebruik van generatieve AI-tools zitten zeker grote voordelen, maar voor de maatschappelijke kosten is nog niet veel aandacht. Volgens auteur en keynot-spreker Aaron Mirck zou elke ondernemer een wat meer kritische houding ten opzichte van AI moeten innemen.



AI ALS STAGIAIR

Persberichten schrijven, personeelsplanningen maken, vacatureteksten maken of een pakkend bericht voor je social media kanalen opstellen; de manier waarop je generatieve AI-tools zoals ChatGPT, Bard, Microsoft Copilot en Midjourney kunt toepassen lijkt eindeloos, net als de tijd die ze je besparen. “De belofte van dit soort tools is dat het ons productiever maakt”, vertelt Aaron Mirck, auteur van het boek ‘AI, voorbij de hype’. “Daardoor zouden we zo’n tien tot twintig procent van onze tijd op een andere manier in kunnen zetten. Een vaak gemaakte vergelijking is die met een stagiair. Hij of zij neemt werk uit handen waar je niet aan toekomt of wat je niet interessant vindt.” Die vergelijking gaat eveneens op wat betreft de output van generatieve AI-tools. “Qua kennisniveau zijn de AI-tools afhankelijk van de data

op internet waarmee getraind is. Internet staat echter vol met meningen die eerder het niveau van de gemiddelde internetgebruiker hebben, dan die van een expert. Net als het werk van een stagiair is de output van een AI-tool dus niet foutloos.”

CONTROLLEREN

Het feit dat er op het resultaat van AI-tools soms nog wel wat valt aan te merken, is één van de redenen waarom ondernemers er verstandig aan doen om een wat meer kritische houding tegenover het gebruik hiervan in te nemen. “Een AI-tool scant het internet af voor informatie. Het maakt daarbij geen onderscheid in de herkomst van de informatie en door wie het is geschreven. Dat betekent dat nepnieuws als bron kan worden gebruikt. Daarmee ontstaat het risico dat je output foute informatie bevat.

Ga je die delen, dan ga je de mist in. Daarom moet je altijd de resultaten controleren.” In zijn boek laat Aaron Mirck diverse experts aan het woord die met klem afraden om AI-tools te gebruiken voor bijvoorbeeld het controleren van informatie of het opstellen van juridische documenten en contracten.

INCLUSIEF

Waar je eveneens voor moet waken, is dat de output van generatieve AI-tools afhankelijk is van de input, waardoor bestaande vooroordelen worden versterkt. Je teksten kunnen daardoor niet inclusief van toon zijn en een beperkte doelgroep aanspreken. In het ergste geval kunnen de teksten zelfs racistisch zijn. “Wanneer een AI-tool vacatures voor je bedrijf gaat selecteren, kunnen daar al snel vooroordelen in sluipen. Want als jouw werknemers-

bestand bijvoorbeeld voornamelijk bestaat uit witte mannen, dan is de tool op basis daarvan getraind en is de kans dus groot dat je die categorie mensen gaat aantrekken. Overigens zijn er wel alternatieven te vinden om dit te voorkomen, zoals Missjourney (een alternatief voor Midjourney, red) voor het genereren van afbeeldingen.”

GEGEVENS BESCHERMING

Een ander punt van aandacht dat bij het gebruik van AI-tools om de hoek komt kijken, is gegevensbescherming. “De veelal gratis AI-tools zijn afhankelijk van data om het systeem te trainen. Als je niet betaalt, is het logisch dat jouw data veel meer gebruikt wordt, want wat heeft zo’n bedrijf anders aan jou? Van ChatGPT is bekend dat de tool de input en de output gebruikt als trainingsmateriaal. Ook houdt de tool bij wat je typt, waar je bent en welke websites je bezoekt. Die informatie verkoopt het aan adverteerders; eigenlijk net zoals Facebook en Google bijhouden wat we online doen en die informatie aan andere bedrijven verkoopt.”

DATALEK

Het gebruik van jouw data door generatieve AI-tools kan in het ergste geval zelfs voor een datalek zorgen. Aaron Mirck noemt in zijn boek een voorbeeld van een afdeling van Samsung in Zuid-Korea, die onbedoeld gevoelige informatie deelde met de openbare tool van ChatGPT. Hierdoor kunnen gegevens van klanten en leveranciers op straat komen te liggen, met boetes en imagoschade als gevolg. Ook bestaat het risico dat intellectueel eigendom via de tool openbaar wordt gemaakt. Als de tool eenmaal deze informatie heeft gebruikt als trainingsmateriaal, heb je daar geen controle meer over. “Het gebruik van jouw data kun je afschermen door een abonnement af te sluiten, maar de huidige abonnementen hebben dan wel

GEEN CHATGPT VOOR AMBTENAREN

Op dit moment bestaat er geen wet- en regelgeving die generatieve AI-tools en het gebruik ervan reguleert. Dat maakt dat het Rijk geen voorstander is van het gebruik van dergelijke tools door ambtenaren. In december 2023 publiceerde missionair staatssecretaris digitalisering Alexandra van Huffelen in een kamerbrief het voorlopig standpunt over generatieve AI door Rijksorganisaties. In deze brief stond onder andere het volgende: “Niet-gecontracteerde generatieve AI-toepassingen zoals ChatGPT, Bard en Midjourney, voldoen over het algemeen niet aantoonbaar aan de geldende privacy- en auteursrechtelijke wetgeving. Zodoende is het gebruik hiervan door Rijksorganisaties (of in opdracht daarvan) in beginsel niet toegestaan, in die gevallen waarin het risico bestaat dat wetgeving wordt overtreden, tenzij de aanbieder en de gebruiker aantoonbaar voldoen aan de geldende wet- en regelgeving.” Het voorlopige standpunt zou geen categorisch verbod van de technologie zijn, aangezien het gebruik niet wordt ontzegd, maar gekaderd. Over welke leveranciers en toepassingen wel voldoen aan de wet- en regelgeving, heeft de minister in de kamerbrief geen uitspraak gedaan.

In de praktijk komt het erop neer dat de overheid ambtenaren niet toestaat om ChatGPT, Bard en Midjourney te gebruiken. Het is niet ondenkbaar dat Rijksdiensten in de toekomst hun leveranciers gaan verplichten om inzage te geven in hoeverre zij werken met generatieve AI-tools en welke afspraken de leveranciers hebben gemaakt. Veel Rijksdiensten kijken nu al kritisch naar hoe duurzaam hun leveranciers werken en zijn verplicht om dit mee te nemen in hun beslissing om wel of niet met een partij in zee te gaan.

AI EN COPYRIGHT

AI-tools maken gebruik van diverse online bronnen en data om hun systemen te trainen. Voor het gebruik hebben ze echter geen toestemming, wat zou betekenen dat er copyright wordt geschonden. Hier een zaak van maken is lastig, omdat het vaak over schendingen in meerdere landen gaat en elk land eigen regels heeft op het gebied van auteursrecht. Ook geven de tools zelf weinig transparantie over welke bronnen er worden gebruikt om te trainen.

OpenAI kondigde in november 2023 aan dat het copyright-rechtszaken van gebruikers gaat vergoeden. Jurist en IP-expert Charlotte Meindersma, die voor het boek ‘AI, de hype voorbij’ van Aaron Mirck werd geïnterviewd, denkt dat OpenAI de juridische dekking laat afhangen van de manier waarop gebruikers met ChatGPT hebben gewerkt. Zij geeft aan dat “als de opdracht (prompt) zo is opgesteld dat de kans groot is dat de output het auteursrecht schendt, dan werkt OpenAI vast niet mee aan een rechtszaak.”

Volgens de IP-expert zouden rechtszaken tegen AI-bedrijven die inbreuk maken op het auteursrecht in Nederland te weinig opleveren om kostendekkend te zijn, “omdat kantonrechters besloten dat de meeste zaken over auteursrecht, vooral als het over afbeeldingen en teksten gaat, als ‘zeer eenvoudig’ worden afgedaan. Hierdoor is geen volledige proceskostenveroordeling meer mogelijk en kost procederen vaak meer geld dan winst van de zaak kan opleveren.”

minder functionaliteiten. En dan kun je je nog steeds afvragen waar je data wordt opgeslagen. Het zou een mooie oplossing zijn wanneer de grote Europese tech-reuzen zich committeren om af te zien van het verzamelen van data als business model.”

MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

Aaron Mirck geeft in zijn boek aan dat de vraag of het gebruik van AI nodig, nuttig of zinnig is, zelden wordt gesteld. Bedrijven die een actief mvo-beleid voeren, zouden zich wél over dat vraagstuk moeten buigen. Want er is nu vooral aandacht voor de economische voordelen die deze tools kunnen bieden, terwijl de maatschappelijke kosten er niet om liegen. “Twintig jaar geleden werden we verleid om met Facebook aan de slag te gaan. Nu komen we erachter dat het toch niet zo’n jofel bedrijf is. Ook bij generatieve AI-tools kunnen we negatieve effecten aanwijzen die direct in verband kunnen worden gebracht met het gebruik hiervan.”

MINDERJARIGE DATAWERKERS

Een van de voorbeelden die de auteur in zijn boek aanhaalt, zijn de werknemers die - door de bedrijven achter de generatieve AI-tools zoals ChatGPT - worden ingezet om aanstootgevende content te filteren. Dit werk wordt goedkoop uitbesteed - net als Microsoft, Google en Meta dat deden - bij Sana, een outsourcingbedrijf in Kenia, wiens werknemers last kregen van psychische klachten. Kolotibablo levert zelfs minderjarige datawerkers. “AI-bedrijven besteden werk uit dat wij hier niet willen doen, zonder eerlijke beloning of gedegen controle op de ar-

beidsomstandigheden. De vraag of je met zo'n niet zo ethisch bedrijf zaken zou moeten doen, is een vraag die vaker binnen het bedrijfsleven zou moeten worden gesteld."

STROOM

Een ander voorbeeld dat nu nog onderbelicht is, is de enorme hoeveelheid stroom die nodig is om de data te verwerven, op te slaan en te verwerken. Ook zorgt het trainen en gebruiken van generatieve AI-tools volgens Mirck voor gigantische hoeveelheden CO2-uitstoot. "Wie tussen de twintig en vijftig vragen aan ChatGPT stelt, zorgt dat er een halve liter water verloren gaat. Elke vraag aan ChatGPT zorgt voor meer dan vier gram CO2-uitstoot, evenveel als bij de productie van een plastic tasje. Tegen 2027 zou alleen al ChatGPT evenveel stroom gebruiken als heel Nederland."

AI ALS SPIEGEL

Aan het gebruik van AI zitten overduidelijk voor- en nadelen. "In het beste geval is AI een spiegel die jou bewust maakt van het feit dat je bepaalde plannen hebt of bepaalde dingen wilt doen. Juist door de 'ongekende' mogelijkheden

van AI ontstaan er veel nieuwe ideeën. Voor die ideeën kan AI een oplossing bieden, maar er zijn wellicht ook betere of simpelere oplossingen. Elke ondernemer zou zichzelf de vraag moeten stellen of AI een doel of een tool is. Ik hoop van harte dat er een kentering gaat plaatsvinden waarbij we een wat kritischere houding gaan aannemen ten opzichte van het gebruik van AI, en dat we niet klakkeloos achter de voordelen van generatieve AI-tools aanlopen."

TIPS

Of je als ondernemer wel of niet gebruikmaakt van generatieve AI-tools, is een afweging die

ieder voor zichzelf moet maken. Kies je ervoor om het in te zetten, lees dan vooral onderstaande tips door:

- Licht je werknemers goed in over de voor- en nadelen van AI-tools;
- maak duidelijke afspraken over waar je AI-tools wel en niet voor gebruikt;
- gebruik AI-tools voor taken waar je niet goed in bent of geen tijd voor hebt;
- besteed taken waar je juist goed in bent niet uit aan AI. De kans dat je er zelf beter in bent is groot. Bovendien houdt het je brein scherp.

In juni maakte Meta bekend dat het bedrijf uploads en privégegevens van de gebruikers van Facebook en Instagram wil gaan gebruiken om diens eigen AI-technologie te gaan trainen. Gebruikers van Facebook en Instagram die dit niet wilden, konden een online bezwaarformulier invullen en indienen. Nadat er in Europa een reeks klachten werd ingediend tegen de AI-plannen, heeft Meta besloten om de lancering van het AI-programma in de Europese Unie uit te stellen.





HESTER BUNK
HR Businesspartner
MKBTR
www.mkbtr.nl

IK GEEF WERK, OF NIET?

Als ondernemer met personeel ben je naast ondernemer ook werkgever. Jij creëert een werkomgeving waar andere mensen gebruik van maken. Mensen komen bij jou voor uitdagend werk, leuke collega's en natuurlijk een goede beloning. In ruil daarvoor geven zij jou hun kostbare tijd, ervaring en kennis.

Eigenlijk is het een soort van relatie met geven en nemen. En bij relaties is het natuurlijk van belang dat er een goede balans is. Maar in hoeverre is het écht mogelijk om een goede balans in de arbeidsrelatie te hebben? Is deze niet per definitie ongelijk?

Eigenlijk roept de term 'werkgever' direct iets passiefs op. Je geeft werk. Blijkbaar zit aan de andere kant van de tafel iemand op jouw inspirerende opdrachten of werk te wachten. En dan de term 'werknemer'. Blijkbaar komt iemand in je onderneming binnenwandelen om het werk 'te nemen' dat jij klaar hebt gelegd.

Beide termen suggereren passiviteit. Die houding staat voor mij haaks op het ondernemerschap. Als je hier verder over nadenkt, is dat best opvallend; je werkt immers samen met collega's die zelfstandig grote besluiten nemen over de aankoop van huizen en auto's. Collega's die als vrijwilliger de hele voetbalclub runnen, maar die in een werkomgeving ineens passiever kunnen worden. Dat is op z'n minst erg boeiend.

Zijn mensen dan van nature zo passief? Nee, zeker niet! Maar het is wel de kunst om te ontdekken hoe jij de ander in beweging krijgt, op een dusdanige wijze dat het uit de ander zelf komt en niet alleen maar omdat jij het vriendelijk vraagt. In mijn werk zie ik ondernemers en medewerkers hiermee wel eens worstelen. De beste oplossing hiervoor? Het gesprek aangaan. Dat is wat jij als werkgever altijd kan bijdragen.

'MIJN DEUR STAAT ALTIJD OPEN'

"Mijn deur staat altijd open, als er wat is weten ze me te vinden". Een voor mij veelgehoorde uitspraak als ik als extern vertrouwenspersoon met leidinggevendenden of directies in gesprek ben. Dat die deur spreekwoordelijk altijd open staat geloof ik direct. Vanuit goede bedoelingen, de wens om te voorkomen dat situaties op de werkvloer escaleren. Of vanuit de overtuiging dat een vertrouwenspersoon niet nodig hoeft te zijn. En heel begrijpelijk dus, dat je als directeur aangeeft dat jouw werknemers altijd bij je terecht kunnen.

Dat er niet altijd gebruik wordt gemaakt van die open deur is ook feit. Realiseer je dat er een hoge drempel kan zijn om met je directeur in gesprek te gaan over ongewenst gedrag. Niet iedereen durft die stap te zetten, of durft het achterste van zijn tong te laten zien. De verhouding tussen werknemer-werkgever blijft hiërarchisch, hoe goed werkrelaties ook zijn. Je hebt als leidinggevende namelijk ook wat te zeggen over het functioneren van de desbetreffende werknemer. En over de werknemer waarover een melding wordt gedaan. Hoe ga je hier als leidinggevende mee om? Het is jouw verantwoordelijkheid om te zorgen voor een sociaal veilig klimaat. In hoeverre moet jij handelen na een melding van een werknemer? En kun je vertrouwelijkheid en anonimiteit garanderen? Als dit is wat de werknemer wenst, verwijst dan door naar de vertrouwenspersoon.

Wat je vanuit een leidinggevende positie in ieder geval kunt doen, is (een inkoppertje, maar zo belangrijk) het goede voorbeeld geven. Zorg dat de gedragscode binnen jouw bedrijf bekend is en draag zelf uit wat je van jouw werknemers verwacht. Laat zien hoe jij op een goede manier met werkdruk omgaat, met stressvolle situaties en met ongewenst gedrag. Ga hierover in gesprek: met collega-leidinggevendenden, met het MT en zeker met jouw medewerkers. Wat zijn jullie kernwaarden binnen de organisatie? Wat betekent dit in de praktijk? In hoeverre is dat zichtbaar? Hoe geef jij daarin het voorbeeld?

Jullie vertrouwenspersoon kan hierbij helpen. De organisatie ondersteunen is onderdeel van zijn of haar rol. Als je het mij vraagt: één van de leukste en belangrijkste taken in ons werk (dat ik het zelf zo ervaar, mag duidelijk zijn!). Dit is waar het om gaat. Het creëren van bewustzijn in het feit dat we allemaal verschillend zijn, dat dit oké is. En het zorgen voor voldoende psychologische veiligheid waardoor werknemers zich kunnen uitspreken. Grenzen durven aangeven als de situatie daar om vraagt. Teruggrijpend op mijn vorige column: iedereen vindt wel wat van omgangsvormen en het thema 'ongewenst gedrag'. Hoe mooi als je hierover met elkaar het gesprek kunt voeren.

Heb je vragen of ondersteuning nodig bij het in gesprek gaan over dit thema binnen jouw bedrijf? Neem gerust contact met me op via info@danielledevriescoaching.nl of kijk op www.danielledevriescoaching.nl.





GERALDINE SEPTER
CEO The LiveLab Company

www.thelivelabcompany.nl

CEES PAKT DOOR!

In zijn begintijd als directeur had Cees zijn vrouw Evelien met wie hij over het bedrijf kon praten. Samen namen ze de belangrijkste zaken door, meestal met een glaasje wijn erbij. Ze kwamen er samen altijd wel uit. Cees en Evelien merkten wel dat er weinig tijd en ruimte meer over bleef voor het gezin en dat het gespreksonderwerp thuis te vaak alleen maar de zaak was. De afgelopen jaren groeide het bedrijf naar 25 medewerkers met vandaag de dag de potentie om binnen een jaar of 2 te verdubbelen.

HANDDOEK IN DE RING?

Ook intern veranderde het bedrijf. Sinds een paar jaar zijn er teamleiders aangesteld en verloopt de communicatie anders. Er wordt veel meer onderling gemaïld en nieuwe systemen zijn geïmplementeerd, onder andere een klantensysteem en een personeelssysteem. Allemaal wat professioneler. Cees overwoog zelfs even om de handdoek in de ring te gooien, maar hij deed het toch niet.

STEEDS GROTER – STEEDS DRUKKER

Voor Cees betekent dit dat hij het veel drukker heeft. De hele dag is hij aan het overleggen met zijn medewerkers. Zijn deur staat altijd open, en dat merkt hij ook. 'Heb je even?' hoort Cees dagelijks de hele dag door. Alle lijntjes komen bij hem uit. En voor alle beslissingen wordt Cees geraadpleegd. Als Cees een paar klanten heeft bezocht om daarna weer terug te keren op kantoor, is de wachtrij soms een halve dag lang.

WAKKER LIGGEN

Cees ligt er wakker van. Het laat hem niet los. Zo kan het niet langer. Zijn hoofd wordt steeds voller. Het moet anders. Zijn medewerkers zijn geen kleine kinderen en mogen echt zelf beslissingen nemen. Ze moeten zelf beslissingen nemen. En het is ook belangrijk dat ze beter gaan samenwerken. Dat ze elkaar gaan opzoeken in plaats van alles met hem willen bespreken. Het verbaast Cees soms hoe weinig ze van elkaar weten.

EEN OPTIMAAL TEAM MET PASSEND LEIDERSCHAP

In mijn gesprekken met Cees beseft hij zich dat ook hij moet veranderen. Niet meer zo in de details. Beslissingen terugleggen bij degene met verstand van zaken. Echt delegeren. En zijn medewerkers leren om zelf te besluiten, ook als hij er niet is.

SAMENWERKEN IN EEN LEIDERSCHAPSTEAM

En dan komt het idee van het Leiderschap Team op tafel. In een Leiderschapsteam kan Cees alle belangrijke disciplines in zijn organisatie een plek aan de besluitvormingstafel geven. Een optimaal team bouwen met passend leiderschap. Kortere lijnen tussen de teamleiders van de verschillende disciplines. Alle relevante informatie op tafel. Betere communicatie en samenwerking. En vooral voor Cees: hij hoeft er niet steeds tussen te zitten. Veel besluiten kunnen ook prima zonder hem genomen worden.

Natuurlijk: grote offertes en investeringen of het aannemen van nieuwe mensen voor zijn MT, daar is Cees de eindverantwoordelijke persoon voor.

CEES HEEFT EINDELIJK RUST IN ZIJN HOOFD

Zijn bordje wordt leger. 's Avonds heeft Cees weer tijd om te sporten en voor zijn gezin. Hij heeft meer tijd voor bestaande én nieuwe klanten en ontwikkeling voor de toekomst. Rust in zijn hoofd. Van in zijn bedrijf werken naar aan zijn bedrijf werken.

HET LIVELAB FULLSERVICE TRAJECT.

Tijdens het LiveLab Fullservice traject beseft Cees ook dat een leiderschapsteam niet de oplossing is voor al zijn problemen. Oude patronen dienen te worden omgezet in nieuwe werkvormen en communicatie, andere manieren van besluiten nemen en gezamenlijke verantwoordelijkheid. Hij wil geen bureaucratie opbouwen, maar juist de lijnen kort houden en de cultuur van de organisatie bewaren. Dit is mede mogelijk gemaakt door de The LiveLab Company, wij helpen in het bouwen van optimale teams en passend leiderschap.

www.thelivelabcompany



uwCONFLICT.NL • mediation en coaching



Specialist in psychosociale Bemiddeling, Psychotherapie en Relatietherapie

Ontdek een benadering die verder gaat dan louter een uitweg of conflictoplossing

Daphne S. Hartog - Berghuizen
+31 (0)6 22 74 22 75 / Daphne@uwconflict.nl

WWW.UWCONFLICT.NL

VEENENDAAL INVESTEERT IN DE TOEKOMST DOOR SAMENWERKING GEMEENTE EN BEDRIJFSLEVEN

Met ruim 68.500 inwoners in 2023 en een verwachte groei van 17% tot 2040, staat de gemeente Veenendaal de komende jaren voor verschillende uitdagingen. De gemeente heeft daarom samen met Bedrijvenkring Ondernemend Veenendaal (BOV) een onderzoek laten uitvoeren naar de kansen en uitdagingen voor de lokale economie. Maandag 1 juli overhandigde prof. dr. ir. Henk Kievit van de Christelijke Hogeschool Ede het rapport aan wethouder Marco Verloop en Gerrit Valkenburg, voorzitter van de BOV.

FOCUS OP INNOVATIE EN SAMENWERKING

Het onderzoek wijst uit dat de komende jaren ingezet moet worden op innovatie en samenwerking. De sterke sectoren van Veenendaal: het foodcluster, de ICT en de metaalindustrie, bieden kansen om nieuwe, duurzame producten en diensten te ontwikkelen. Door nieuwe technologieën te stimuleren, zoals kunstmatige intelligentie (AI), kan Veenendaal zich nog beter laten zien als een aantrekkelijke vestigingsplaats voor innovatieve bedrijven.

Marco Verloop, wethouder economie: "We zijn erg enthousiast over de uitkomsten van dit onderzoek. Het laat zien dat Veenendaal veel kansen heeft om de brede welvaart voor haar inwoners te vergroten. De komende periode gaan we samen met de BOV en andere partners concreet invulling geven aan de aanbevelingen uit het onderzoek."

SAMENWERKING IS CRUCIAAL

Om deze ambities te realiseren is samenwerking van belang. De gemeente en BOV willen daarvoor samenwerken met onder andere onderwijsinstellingen en kennisinstituten. Zo willen zij een stimulerend systeem creëren voor innovatie en ondernemerschap. Bovendien kan de gemeente alleen door het inzetten op brede welvaart een prettige woonplek zijn voor alle inwoners.

Gerrit Valkenburg (voorzitter BOV): "Dit onderzoek is een waardevolle leidraad voor de toekomst van de Veenendaalse economie. We zijn ervan overtuigd dat we - door samen te werken - een sterke en duurzame economie kunnen creëren die kansen biedt voor alle bedrijven en inwoners van Veenendaal."

SAMEN NAAR DE TOEKOMST

Wethouder Verloop: "De vervolgstappen van dit onderzoek brengen we nu in kaart. Hierbij zullen we ook aan inwoners, bedrijven en andere partners vragen om mee te denken. We willen als gemeente en bedrijvenkring met hen samenwerken aan een brede welvaart voor Veenendaal."

Het onderzoek is in zijn geheel in te zien op www.boveenendaal.nl/onderzoekenconomie

Voor vragen over dit onderzoek kunt u contact opnemen met Nel van Vessem via office@boveenendaal.nl



WAT IS MIJN ONDERNEMING WAARD?

Een vraag die ondernemers zich niet vaak stellen. De ondernemers die wij ontmoeten, zijn vooral druk met het leiden van de onderneming en het maken van toekomstplannen. Dat is logisch, maar als de onderstaande situaties zich voordoen, blijkt een gedegen inzicht in de waarde van de onderneming noodzakelijk:

- De verkoop van (een deel van) de onderneming aan derde partij.
- Het overdragen van (een deel van) de onderneming binnen de familie.
- Onenigheid met medeaandeelhouders oplossen.
- Directie of medewerkers laten participeren.
- De onderneming gaat naar uw erfgenamen.

DE VERKOOP VAN (EEN DEEL VAN) DE ONDERNEMING AAN DERDE PARTIJ

Het lijkt een open deur, maar als u overweegt de onderneming of een deel daarvan te verkopen aan een derde partij, dan is een goede waardebeoordeling een must. De waardering geeft aan welke opbrengst u bij geslaagde verkoop mag verwachten. De omvang van de verkoopopbrengst kan een belangrijke factor in uw overweging zijn om het bedrijf geheel, deels of op termijn te verkopen. Als u besluit tot de verkoop, dan wordt het formuleren van een reële vraagprijs belangrijk. U moet uzelf daarin niet te kort te doen, maar tegelijkertijd serieuze kandidaten niet afschrikken met een onrealistische vraagprijs.

HET OVERDRAGEN VAN (EEN DEEL VAN) DE ONDERNEMING BINNEN DE FAMILIE

In de situatie waarin u (een deel van) de onderneming over wilt dragen aan uw familieleden, spelen er meerdere aspecten. Wellicht wenst u geen onderhandeling te voeren met uw familie over de waarde van de over te dragen aandelen en misschien schenkt u wel een deel van het bedrag. Maar als om u kinderen gaat, die niet allemaal aandelen zullen overnemen, is het wenselijk om inzicht te hebben in het vermogen dat alvast naar de ondernemende familieleden gaat. Dat geeft u namelijk de mogelijkheid om te bepalen of u dit verschil wil compenseren en op welke manier. Er zijn vele mogelijkheden, waarover uw fiscaal adviseur of accountant alles kan vertellen. Daarbij zal deze adviseur u ook aangeven dat de belastingdienst een gedegen onderbouwing van de waarde van de aandelen verwacht als u gebruik maakt van de opvolgingsfaciliteit. Een waarderingsrapport voldoet als onderbouwing.

ONENIGHEID MET MEDEAANDEELHOUDERS OPLOSSEN

Als u het niet langer eens bent met uw medeaandeelhouders, dan is een voor de hand liggende en definitieve oplossing dat de blijvende aandeelhouders de aandelen overnemen van de vertrekkende aandeelhouders. De statuten van uw onderneming geven aan hoe dit proces moet verlopen, maar geven zelden antwoord op de vraag voor welke prijs de aandelen overgaan. Door een onafhankelijke deskundige (Register Valuator) een waardering uit te laten voeren, kan een reële vergoeding bepaald worden. Als u er onderling toch niet uitkomt en de zaak bij de rechtbank belandt, is het goed te weten dat deze in veel gevallen alsnog een Register Valuator zal vragen de waarde van de aandelen te bepalen.

DIRECTIE OF MEDEWERKERS LATEN PARTICIPEREN

Het is niet ongebruikelijk om een directeur in dienst van de onderneming een aandeel in die onderneming te laten nemen. Wellicht wenst u meerdere medewerkers de mogelijkheid te bieden om te participeren in het bedrijf. Of het nu gaat om een individuele afspraak of een optieregeling voor het hele bedrijf, de waarde zal moeten worden bepaald om het financiële plaatje voor betrokkenen inzichtelijk te maken. Wederom is de belastingdienst een bovenmatig geïnteresseerde partij als het gaat om de waarde die gemoeid is met de aandelen, certificaten of opties die u overdraagt aan uw medewerkers. Uw accountant of fiscalist kan u alles vertellen over de risico's die kleven aan het vermoeden van een lucratief belang.

DE ONDERNEMING GAAT NAAR UW ERFGENAMEN

Mocht u komen te overlijden, dan vallen uw aandelen in de erfenis en zal een bepaling van de waarde als onderdeel van aangifte erfbelasting nodig zijn. Technisch gezien misschien niet meer uw probleem, maar wel degelijk iets om vooraf over na te denken.

Zeker als uw erfgenamen de onderneming niet zelf willen of kunnen voortzetten, omdat ze dan geen beroep op de BOR kunnen doen en vervolgens erfbelasting over de waarde van de aandelen verschuldigd zijn. Het probleem ontstaat als er onvoldoende liquide middelen aanwezig zijn om de aangifte erfbelasting te kunnen voldoen. Vooral bij het onverwacht overlijden van ondernemers zien we hier vaak problemen ontstaan. Om hier samen met uw accountant of financiële planner op te kunnen voorsorteren, heeft u inzicht in de waarde van uw aandelen nodig.

Tot slot kan het natuurlijk zo zijn dat u geheel voor uzelf wenst te weten welke waarde uw onderneming vertegenwoordigt. Bij MKB Advies Partners voorzien we ondernemers, accountants en fiscalisten van gedegen inzicht in de waarde van ondernemingen. Maar we zijn we er ook om deze uitkomsten toe te lichten en te onderbouwen aan familieleden, medewerkers, kritische aandeelhouders of belastingdienst.

Wilt u meer lezen over bedrijfsovername en waar u op moet letten? Vraag dan de digitale brochure "Uw bedrijf verkopen. Nu of later?" aan. Om deze praktische handleiding, inclusief overzichtelijk stappenplan te ontvangen, kunt een mail sturen naar info@mkbap.nl, met onderwerp: "Handleiding bedrijfsovername". U kunt de handleiding ook via de website van MKB Advies Partners aanvragen: www.mkbap.nl/contact. Vult u dan in het contactformulier uw gegevens in, onder vermelding van "Handleiding bedrijfsovername".

Paul Overwater RAB
Managing Partner | senior adviseur
www.mkbap.nl



DE VERBINDENDE KRACHT VAN HET KERSTGESCHENK

Kerstgeschenken zijn voor ondernemers een prachtige kans om medewerkers hun waardering te tonen. Maar hoe bedenk je elk jaar weer iets origineels, wat ook nog aansluit bij de wensen van je personeel? De Kerstmakelaar biedt uitkomst met een grote variëteit aan zelf samen te stellen pakketten en adviseert over het beste pakket voor jouw bedrijf. En waarom niet ook op andere momenten je medewerkers in het zonnetje zetten?



Het belang van een kerstcadeau wordt nog weleens onderschat door directeuren en directies. “Medewerkers vinden het belangrijk dat hun werkgever waardering toont, dat heeft ook een positieve invloed op het bedrijf zelf. Geschenken versterken de teamgeest, verhogen de motivatie en loyaliteit in de organisatie, en bevorderen ook de tevredenheid en productiviteit van medewerkers”, stelt kerstmakelaar José Wissenburg. “Bij sommige bedrijven is het zelfs bijna een tweede arbeidsvoorwaarde.”

Wissenburg is al sinds 2007 actief in de wereld van kerst- en relatiegeschenken. Kerst is een mooie en bijzondere periode om zowel zakelijk als privé terug- en vooruit te kijken. Voor de meeste bedrijven is het bedenken van een kerstgeschenk een extra taak. “Doorgaans ligt er enige druk op de medewerker die verantwoordelijk is voor het kerstgeschenk: hij of zij moet het net zo goed doen als het jaar ervoor, liefst nog iets beter”, lacht Wissenburg. “Ik denk graag mee en neem mijn klanten een groot deel van de werkzaamheden – en de tijd die ze daarmee kwijt zijn om het goed te doen – uit handen.”

VERRASSINGSELEMENT

In haar aanpak kijkt Wissenburg naar het type bedrijf, de mensen die er werken, leef-tijden en voorkeuren. Op basis van haar creativiteit, jarenlange ervaring, de inspiratie en trends die ze opdoet op beurzen en de input van verschillende leveranciers die ze inmiddels in portefeuille heeft, maakt ze één of meer voorstellen. “Daarbij sluit ik zo veel mogelijk aan bij hun wensen, maar ik probeer hen ook altijd een beetje te verrassen. Hoofdzaak is dat de directie, de verantwoordelijke voor het kerstgeschenk en uiteraard de ontvangers blij worden van het cadeau dat we samen bedenken en dat ze het kunnen gebruiken. Hoewel het natuurlijk moeilijk is om al je medewerkers tevreden te stellen.”

De Kerstmakelaar biedt bedrijven veel verschillende opties. Zo staan de standaard kerstpakketten, die vanaf 1 stuk verkrijgbaar zijn, binnenkort weer op de site. Daarnaast zijn zogeheten B Corp-pakketten verkrijgbaar (certificaat voor milieu- en sociale impact) vanaf 24 stuks. Daarnaast biedt Wissenburg ook de mogelijkheid om kerstpakketten online zelf samen te stellen uit een ruime keuze van food en non-foodproducten. Ook dit kan vanaf 24 stuks. En verder biedt ze ook het online keuzeconcept, dat medewerkers in staat stelt zelf een cadeau te kiezen uit een selectie van non-food items, cadeaukaarten of goede doelen. Bedrijven kunnen deze opties samenstellen binnen een vastgesteld budget, en medewerkers ontvangen een voucher om hun voorkeur te selecteren. “Voor het inpakken van de

kerstcadeaus werk ik samen met een SW-bedrijf. Voor hen is dat iets waar ze zich al maanden van tevoren op verheugen.” Zo bedient de Kerstmakelaar zowel kleine als grote bedrijven met oplossingen op maat.

Om klanten te ontzorgen, maakt de Kerstmakelaar bovendien een planning voor het totale overzicht voor de klant en herinnert Wissenburg klanten aan het tijdig aanleveren van de gevraagde gegevens. Naast de uitgebreide ondersteuning bij het samenstellen en leveren van kerstpakketten, staat zij ook klaar voor vragen en eventuele klachten na levering, om zo optimale klanttevredenheid te waarborgen. Voor Wissenburg is het regelen van geschenken dan ook meer dan werk. “Het is echt mijn passie om ondernemers op dit vlak zo veel mogelijk te ontzorgen en maatwerk te leveren. Zo wil ik hen helpen waardering door te geven. Verbinding is mijn drijfveer, dat komt terug in de manier waarop ik klanten help en bezig ben met kerstpakketten”, zegt ze. “Mijn doel is dat het geschenk een blijvende herinnering achterlaat en bijdraagt aan de tevredenheid en motivatie van medewerkers.”

POSITIEVE IMPACT

Dat gezegd hebbende heeft de Kerstmakelaar alvast wel enkele tips voor ondernemers. “Houd in het achterhoofd dat je je bevindt in een professionele setting. Een badjas met bedrijfslogo is dan misschien minder geschikt, hiermee wil een medewerker niet in de sauna gezien worden”, adviseert ze. “Verder is het goed om rekening te houden met de achtergrond van de ontvanger. Voor buitenlandse medewerkers kan het geven van een fles wijn gezien hun cultuur of religie mogelijk ongepast zijn.” Een persoonlijk tintje kan heel goed werken. “Denk aan een kerstkaart met QR-code. Wanneer een medewerker die scant, krijgt hij of zij een filmpje te zien van de directie of de raad van bestuur met een mooie en persoonlijke kerstboodschap.”

Daarnaast benadrukt Wissenburg het belang van duurzaamheid bij het selecteren van geschenken. “Kies voor milieuvriendelijke opties en minimaliseer onnodige verpakkingen om een positieve milieu-impact te hebben. Kerst is hierbij de basis, maar mensen in het zonnetje zetten is het hoofddoel. Daarnaast is het gewoon ook heel leuk om mensen naast een complimentje of schouderklopje een cadeautje te geven op momenten dat ze dat niet verwachten. Zo'n gebaar draagt bij aan een positieve bedrijfscultuur.”

Kerstmakelaar
T 06-30127442
E jose@kerstmakelaar.nl
I www.kerstmakelaar.nl



REMCO HAVEKES,

Pensioenadviseur & Financieel Planner
Eigenaar Pension@Work

www.pensionatwork.nl

DE WERKNEMERSLIJFRENT, EEN ALTERNATIEF VOOR DE PENSIOENREGELING!

Steeds vaker kom ik in contact met werkgevers die hun medewerkers wel een goed pensioen gunnen, maar die opzien tegen het afsluiten van een collectieve pensioenregeling. In hun ogen kleven daar namelijk te veel nadelen aan, zoals:

1. De pensioenregeling is een arbeidsvoorwaarde, daar zit je als werkgever aan vast;
2. het onderhoud van de pensioenregeling is duur;
3. als een medewerker overlijdt, vervalt het opgebouwde pensioenkapitaal aan de pensioenuitvoerder.

Voor bedrijven waar nog geen pensioenregeling loopt en die niet verplicht moeten aansluiten bij een Bedrijfstak Pensioenfonds, is er sinds de invoering van de nieuwe pensioenwet een serieus alternatief voor een pensioenregeling: de werknemerslijfrente. Dat komt vooral doordat de ruimte voor fiscaal aftrekbare lijfrentepremies per 1-7-2023 gelijk is getrokken met de fiscale ruimte voor pensioenopbouw.

DE WERKNEMERSLIJFRENT

Bij de werknemerslijfrente stelt de werkgever een bedrag aan de werknemer ter beschikking voor de opbouw van pensioenkapitaal. Dit bedrag wordt door de werkgever rechtstreeks in een lijfrente op naam van de werknemer gestort. De mooie van deze opzet is dat de werknemer zelf niets hoeft te regelen voor het afsluiten van de lijfrente en dat de werkgever zeker weet dat het voor pensioen bestemde geld ook de bestemming bereikt. Het is daarbij wel belangrijk dat dit allemaal netjes op de loonstrook wordt vermeld.

De werkgeversbijdrage voor de lijfrente is vaak een percentage van het brutoloon, bijvoorbeeld 8 of 10%. Daarnaast heeft de werknemer heeft de mogelijkheid om vrijwillig bij te sparen. Of dit nodig is, hangt onder andere af van de hoogte van de bijdrage van de werkgever en het pensioen wat de werknemer elders al heeft opgebouwd.

VOORDELEN TEN OPZICHTE VAN EEN PENSIOENREGELING

Voor de werkgever heeft deze constructie een aantal voordelen. Het belangrijkste voordeel is dat er geen formele pensioentoezegging is gedaan. Dat betekent dat de werkgever, als hij dat wil, per werknemer afzonderlijk afspraken over de bijdrage kan maken. Als het slecht gaat met het bedrijf kan hij ook besluiten om nieuwe medewerkers geen bijdrage voor het pensioen te geven. Daarnaast is het onderhoud van deze regeling veel eenvoudiger dan het onderhoud van een pensioenregeling. Eigenlijk hoeft alleen de bijdrage per medewerker in januari aangepast te worden aan het nieuwe loon. Ten slotte is het een groot voordeel dat het kapitaal in de (bancaire) lijfrente echt van de medewerker is. Bij overlijden valt dit in de erfenis, het is dus niet verdwenen.

AANVULLING OP DE WERKNEMERSLIJFRENT

Uiteraard is een werknemerslijfrente niet één op één te vergelijken met een complete pensioenregeling. Want bij een pensioenregeling zijn er naast de opbouw van het ouderdomspensioen meestal ook voorzieningen getroffen voor het geval de werknemer komt te overlijden of arbeidsongeschikt raakt. Ook dit is echter op te lossen. De werkgever kan naast de werknemerslijfrente namelijk aanvullende voorzieningen treffen waarmee het risico van overlijden of het risico van arbeidsongeschiktheid van een medewerker kan worden afgedekt.

Kortom, de werknemerslijfrente is volwassen geworden en is een volwaardig alternatief voor een pensioenregeling!

Wil je hier meer over weten? Laat het mij weten via www.pension@work.nl of info@pensionatwork.nl.



‘VERANDERING MOET VANUIT DE EIGEN ORGANISATIE KOMEN’

57

Elke ondernemer zal het onderschrijven: het grote aantal veranderingen dat op bedrijven afkomt, is steeds moeilijker bij te benen en op een gestructureerde manier uit te voeren. Hoe verdeel je de middelen, wat als veranderingen elkaar bijten, wat zijn de prioriteiten? Lagant Groep in Amersfoort onderkent de behoefte aan verandervermogen en helpt ondernemers veranderingen duurzaam te implementeren in hun organisatie.

Bedrijven die niet inspelen op veranderingen in de markt, lopen het risico failliet te gaan. En overheden die hun verkiezingsbeloften niet inlossen, kunnen daarop worden afgerekend bij volgende verkiezingen. Desondanks blijkt verandering voor veel organisaties een hoofdpijn-dossier en lijkt de besluitvorming rond elkaar snel opvolgende wijzigingen steeds langer te duren. “Niet verwonderlijk, omdat directies overspoeld worden met informatie. Dan is het lastig precies die informatie eruit te pikken op basis waarvan je een weloverwogen besluit kunt nemen”, stelt Jeroen Ykema, algemeen directeur en mede-eigenaar van de Lagant Groep. “Wij willen de wereld een beetje beter maken door ervoor te zorgen dat veranderingen vaker succesvol zijn. Dat is de drive van onze mensen.”

Om klanten te helpen met veranderen, ondersteunt Lagant Groep, opgericht in 1991, hen met een drietal activiteiten: trainingen

(circa 150 standaardopleidingen via Lagant Academy), advisering (Lagant Management Consultancy) en interim-dienstverlening (Van Aetsveld), variërend van agile tot project- en programmamanagement. De Lagant Groep telt twintig medewerkers en nog eens tien associés, en werkt verder nauw samen met diverse partners. Ter illustratie noemt Ykema enkele actuele opdrachten. “Momenteel begeleiden we een cultuurverandering binnen een ziekenhuis, adviseren we een grote gemeente over haar portfoliomanagement en hebben we een projectmanager geleverd voor een ingrijpend infrastructuurproject bij een G4-gemeente.” Naast overheid en zorg, is Lagant Groep actief in branches als ICT, veiligheid, energie, retail en transport & logistiek.

Om te komen tot duurzame verandering, hanteren de Resultaat Regisseurs en Verandergidsen van Lagant Groep de volgende stelregel: klanten leren vissen in plaats van ze

vissen te blijven geven. “Verandering moet vanuit de eigen organisatie komen. Daarom ligt onze focus, zelfs in onze interim-dienstverlening, voortdurend op zo veel mogelijk kennis overdragen zodat een organisatie het op een gegeven moment zelf kan. We doen het voor, we doen het samen en daarna moet de organisatie het zelf doen”, betoogt Ykema, die als directeur goed begrijpt hoe lastig het kan zijn om je eigen organisatie continu te moeten aanpassen aan veranderende omstandigheden. “Je moet er als organisatie actief mee aan de slag en er dus ook medewerkers voor vrijmaken. Als je daartoe bereid bent, vergroot dit de kans op een succesvolle verandering.”

Lagant Groep
Stationsplein 26
3818 LE Amersfoort
T 0413-224106
E info@lagant.nl / info@aetsveld.nl
I www.lagantgroep.nl



WILLEMIJN VAN 'T HUL

is als jurist verbonden aan Wolleswinkel Hofman Advocaten

legal@wolleswinkelhofman.nl
www.wolleswinkelhofman.nl

Stationsweg 43 | 3771 VC Barneveld | 0342 49 1028
Stationslaan 32-34 | 8071 CM Nunspeet | 0341 23 0580

GELIJK HEBBEN, MAAR OOK GELIJK KRIJGEN?

Gelijk hebben is niet hetzelfde als gelijk krijgen. Dat ondervond een keukenspecialist. Een klant tekende een offerte van € 19.000,- voor een keuken met een granieten aanrechtblad. De volgende dag belde de klant op. De klant wilde toch een duurder marmeren blad en luxere verf. De specialist stemde in, wees de klant op de extra kosten en verstuurde na het plaatsen van de keuken een factuur van € 25.000,-. De klant weigerde te betalen omdat hij nooit voor een marmeren blad en de luxere verf zou hebben gekozen.

Na het starten van een procedure stuitte de specialist bij de rechter op een bewijsprobleem. Hoewel de keukenspecialist een goed verhaal had, hield de klant vol nooit opdracht te hebben gegeven voor de wijziging van de offerte. Volgens het principe "Wie eist, bewijst" moest de keukenspecialist de gewijzigde afspraken bewijzen. De keukenspecialist had de gewijzigde afspraken helaas niet schriftelijk vastgelegd, waardoor hij geen bewijs kon leveren. Hoewel de specialist gelijk had en een mondelinge afspraak ook nakoming vereist, wees de rechter zijn vordering af. De klant kreeg gelijk: hij hoefde alleen het geoffreerde bedrag van € 19.000,- te betalen.

Bewijs kan een procedure maken of breken. Om te vermijden dat u geen gelijk krijgt, terwijl u wel gelijk heeft, is een vooruitziende blik belangrijk. Hieronder bespreek ik een aantal praktische tips die u kunnen helpen om bewijsproblemen te voorkomen.

1. ZORG VOOR GEDETAILLEERDE OFFERTES EN CONTRACTEN

Gedetailleerde offertes en contracten zorgen ervoor dat het voor zowel de ondernemer als de klant helder is wat de opdracht omvat. Dit voorkomt misverstanden achteraf over de precieze inhoud van afspraken.

2. BEVESTIG NIEUWE AFSPRAKEN SCHRIFTELIJK

Zorg ervoor dat eventuele wijzigingen in de oorspronkelijke offerte of opdracht schriftelijk worden vastgelegd en door beide partijen worden bevestigd. Dit kan bijvoorbeeld per e-mail. Ook na het voeren van een belangrijk gesprek is het goed om de besproken punten op papier te zetten. Vraag de klant vervolgens om deze punten te bevestigen.

3. WIN TIJDIG JURIDISCH ADVIES IN

Voorkomen is beter dan genezen. Bijvoorbeeld door vooraf juridische hulp in te schakelen bij het opstellen van offertes en contracten. Of bij het maken van goede algemene voorwaarden. Ook is het verstandig om tijdig juridisch advies in te winnen bij het ontstaan van een geschil met een klant. Bijvoorbeeld over uw bewijspositie.

Door de aangedragen oplossingen toe te passen, kunt u naast gelijk hebben, óók gelijk krijgen. Neem gerust contact op met één van onze specialisten om u te laten adviseren.



ONLINE ABONNEMENTEN VERKOPEN VIA JE WEBSITE

Door online te ondernemen kun je op verschillende manieren geld verdienen. Je kunt losse producten verkopen of een dienst aanbieden. Maar door online abonnementen aan te bieden, is het voor jou en voor de klant duidelijk wat er die maand gebeurt.

VOORDELEN VAN ONLINE ABONNEMENTEN

Door afspraken te maken over wat er maandelijks uitgevoerd wordt en hier een duidelijke prijs voor af te spreken, ontstaat er geen verwarring. Jij weet wat er volgende maand uitgevoerd of aangeschaft moet worden voor jouw klant en jouw klant weet van tevoren wat dit kost.

Op deze manier creëer je cashflow voor je bedrijf. Heb je 20 online abonnementen van 200 euro per maand, dan weet je aan het begin van de maand al dat je deze maand sowieso 4000 euro omzet hebt. Dit vertelt je ook gelijk hoeveel producten je moet inkopen voor die maand of hoeveel tijd je kwijt bent aan het uitvoeren van jouw dienst. Dit biedt ruimte en tijd voor andere ontwikkelingen binnen je bedrijf.

Daarnaast is het voor sommige diensten of producten ook erg prettig om de 'aanschaf' wat uit te spreiden in plaats van dit in één keer te betalen. Soms net dat stukje extra service voor je klant! Ook is het een mooie manier om klanten te binden aan je bedrijf. Uiteindelijk weet je dat dit terugkerende klanten zijn en kun je een relatie opbouwen met deze klanten. Door ze regelmatig te spreken, gaan je klanten ook minder snel naar je concurrent. Win-win dus!

BESPAAR TIJD DOOR TE AUTOMATISEREN

Door van tevoren goed na te denken over de techniek, je strategie en je dienst of product, kun je gelijk een werkend en duidelijk systeem opzetten. Welke diensten of producten ga je aanbieden? Welke online abonnementen richt je hiervoor in en welke kosten horen hierbij? Lever je bijvoorbeeld maandelijks koffiebonen bij vaste klanten, of bied je als bedrijf periodiek onderhoud aan voor je klanten? Dan kun je tijd, geld, maar vooral gedoe besparen door dit te automatiseren met abonnementen.

WAT HEB JE NODIG VOOR ONLINE ABONNEMENTEN?

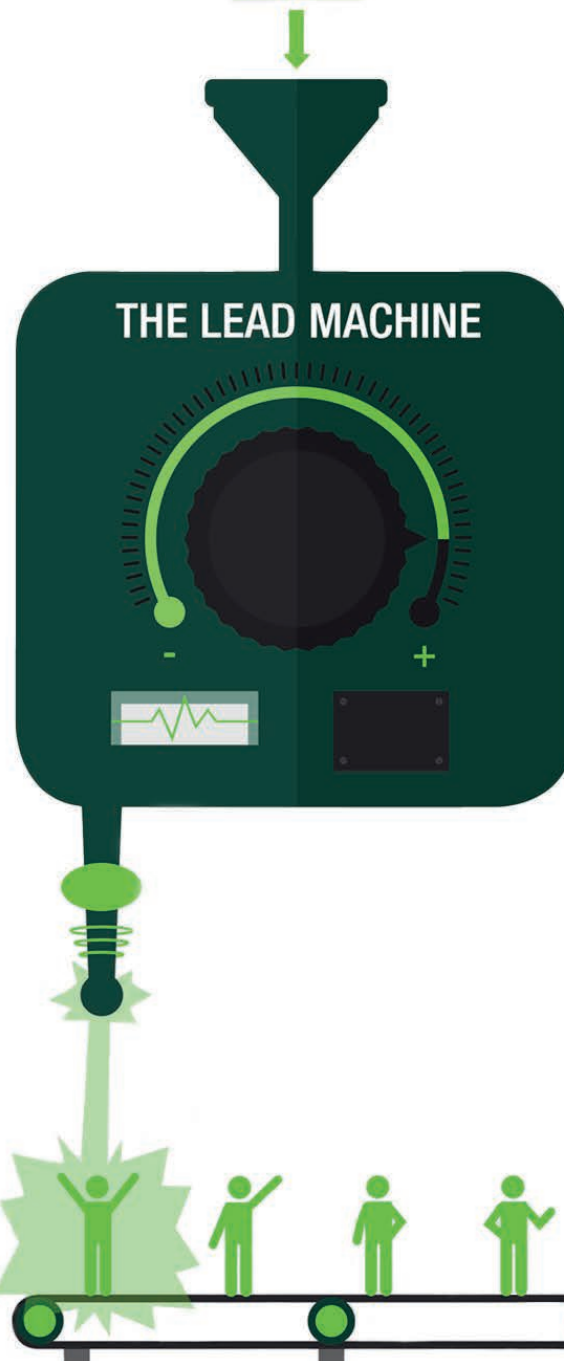
Bij Onwaarts kunnen we je helpen met het verkopen van abonnementen. Door de juiste systemen toe te voegen, weet je zeker dat jouw webshop goed omgaat met de verkoop van de abonnementen, dat deze automatisch herhaald worden en dat de klant en jijzelf hier inzicht in hebben. Benodigdheden hiervoor zijn een betaalprovider zoals Mollie of Adyen, een technische aanpassing op je huidige websitesysteem of een aparte omgeving voor het verkopen van de abonnementen en één of meerdere diensten of producten die je via een abonnementsmodel kunt aanbieden.

Tip: Met automatische incasso hebben jij en je klant hier administratief gezien minder werk aan. Iedere maand heb jij een vast inkomen en bij de klant wordt het bedrag automatisch afgeschreven.

Wil je jouw bedrijf naar een hoger niveau tillen door een efficiënt en winstgevend abonnementsmodel in te richten? Bij Onwaarts hebben we de expertise en de tools om je hierbij te helpen.

Meer informatie: www.onwaarts.nl

Op zoek naar nieuwe droomklanten?



Scan de QR-code en start
vandaag met 25 gratis
top leads!



Mag ik commercieel voor u bellen?

DOEL?

U een-op-een ondersteunen in uw acquisitie en volledig te ontzorgen in uw marktbenadering. Om u, zoals wij dat noemen, verkoopontspanning te bieden.

REGEL UW EIGEN PSA!
SCAN DE QR-CODE



Een Personal Sales Assistant (PSA) is een professionele, commercieel georiënteerde verkoopassistent. De PSA heeft het doel u een-op-een te ondersteunen in uw acquisitie en een constante stroom aan nieuwe afspraken te genereren.

Met behulp van het DATA-collectief en Website-Leads worden interessante prospects geselecteerd en benaderd.

www.psaprof.nl
0800-7727763






KLEIN WITTENOORD
VERGADEREN KOOKSTUDIO DINEREN

Unieke privé locatie maakt vergaderen inspirerend

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

WWW.KLEINWITTENOORD.NL



SCHIMMEL 1885

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

Jos, Corné & Team Schimmel 1885

CAN'T GET ENOUGH SINCE 1885

HOTEL CATERING BRASSERIE ZAKELIJK BOWLING FEESTELIJK

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

Wij staan 7 dagen per week voor u klaar.



Restaurant Planken Wambuis

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

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

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

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

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

Meer info op www.plankenwambuis.nl



RH

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

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

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

Toplocaties in de regio Vallei



hermonde

INSPIRERENDE LOCATIE VOOR UW ZAKELIJKE BIJEENKOMST

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

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



63



Brinkkanterweg 39 - 3925 BA Scherpenzeel Gld
+31 (0) 6 52 306 375 - info@boerderijdepol.nl

WWW.BOERDERIJDEPOL.NL

**FEESTEN & PARTIJEN
CATERING
RESTAURANT**

BUITENZORG

*Anno straks
met een vleugje toen*

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

Vallei Business

Financieel Advies



*Growing
a better world
together.*

Rabobank

Rabobank Vallei en Rijn

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

Reclame

VERBEEK

BELETTERING
GEVELRECLAME
BEDRIJFSKLEDING

Renswoude
Tel. 0318 - 830 252
verbeekreclame.nl

S+DL

**SCHUURMAN
EN DE LEEUW
accountants**

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

64

DeMaes
catering service

Wij verzorgen uw gasten!

Van ontbijt en borrel
tot feestelijke party!

DeMaes **GrandCafé** **DeMaes**

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

TECHNICA

Van oud naar cloud

- Werkplek online
- Telefonie online
- Office 365

Netwerkbeheer - Telefonie
Verbindingen - Beveiliging
Domotica - Elektra

www.technica.nl

REPRONERCURIUS
www.repronercurius.nl

Residence Rhenen

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

INTERFACE

communicatie

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

Concept en creatie
Webdesign
Internetdiensten
Vormgeving
Fotografie

Service Rubriek

Office

Magnolia Opleidingen Maatwerk in trainingen

Microsoft Word, Excel,
Outlook, PowerPoint
beginners en gevorderden

Tel. 0318-512788
www.magnolia-opleidingen.nl
info@magnolia-opleidingen.nl



Diversen

DB SCHENKER

DB SCHENKER

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

Juristen

**WOLLESWINKEL
HOFMAN** ADVOCATEN

WWW.WOLLESWINKELHOFMAN.NL

- BEDRIJF & ORGANISATIE
- PRIVÉ
- BOUW & VASTGOED
- ICT & PRIVACY

BARNEVELD
Stationsweg 43
0342 481 028

NUNSPEET
Stationlaan 32-34
0341 230 580
info@wolleswinkelhofman.nl



Van Veen V
ADVOCATEN

Van Veen Advocaten

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

Locaties



Hotel en Congressentrum de ReeHorst

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



Hof van Wageningen Hotel en Congressentrum

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

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

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



carwash &co

U WILT EEN FACTUUR?



**VRAAG NAAR DE
MOGELIJKHEDEN!**

Kernreactorstraat 2, Veenendaal

VAN KESSEL TRANSPORT V.O.F.



Sinds 1930 de betrouwbare oplossing voor uw logistiek

Vendelseweg 100
3905 LD Veenendaal
www.v-kessel.nl

Tel: 0318 - 512 303
Fax: 0318 - 555 404
info@v-kessel.nl



87%
KLANT-
TEVREDENHEID

ONTWIKKEL JOUW LEIDERSCHAP

Al bijna 25 jaar is CHE dé partner voor leiderschapsopleidingen.

/ AANBOD

- Post-hbo Management
- Post-mbo Leiderschap
- Diverse skillstrainingen
- Coaching en intervisie
- Maatwerk en incompany leiderschapstrajecten

che.nl/leiderschap



FOLKERS

TOEGANGSTECHNIEK

Folkers Toegangstechniek ontwerpt, levert, monteert en beheert innovatieve oplossingen op het gebied van (prefab) draai- en schuifpoorten, slagboominstallaties, bollards (wegzinkbare palen), speedgates, toegangscontrole, (video) intercom en CCTV (camera) installaties.

De grote inzet en flexibiliteit, de teamgeest in combinatie met de uitgebreide kennis van de componenten staan aan de grondslag van ons succes. Al bijna 20 jaar doen wij dit met passie in een team van leveranciers, opdrachtgevers en onze eigen mensen. Dat voel je, dat merk je.

Wij informeren adviseurs, architecten en eindgebruikers over onze producten en systemen. Wij zijn werkzaam in Nederland en België. Installateurs, overheidsinstellingen, bedrijven en particulieren behoren tot onze klantenkring.

Mogen we u binnenkort ook verwelkomen?



Onze gespecialiseerde medewerkers staan graag voor u klaar

Telefoonnummer: 033 24 66 438
Email: info@folkers-tt.nl

Zeilmaker 2
3861 SM NIJKERK

NIEUW!

carwash &co

ONBEPERKT

Altijd een schone auto
vanaf € 34,- p/m



AANVRAGEN
ABONNEMENT
OF VIA
WWW.CARWASHCO.NL

ONBEPERKT

★★★ BESTE KEUZE

Programma 1
+ PANTSER PLUS
+ INTERIEURSERVICE

€ 57,50
p/m

ONBEPERKT

★★★ BESTE KEUZE

Programma 1
+ PANTSER PLUS

€ 39,-
p/m

ONBEPERKT

👍 MEEST GEKOZEN

Programma 2

€ 34,-
p/m

Let op: Alleen in
vestiging Ede!

TWEE KEER WASSEN = VOORDEEL!

Vestiging Ede
Celsiusstraat 6

Vestiging Veenendaal
Kernreactorstraat 2

Vestiging Doetinchem
Havenstraat 19

Spelregels:

- Voor een vast bedrag onbepaald wassen, maar maximaal 1 x per dag
- Je mag jouw auto wassen in alle Carwash & Co vestigingen
- Het abonnement is kenteken gebonden
- Maximaal 1 x per maand kenteken van auto wijzigen, maximaal 3 x per kalenderjaar
- Geen zorgen, 1 maand opzegtermijn
- Betaling via automatische incasso
- Abonnement niet beschikbaar voor autobedrijven of taxi's (groene en blauwe kentekenplaat)
- Lees de uitgebreide voorwaarden op: www.carwashco.nl

Of maak gebruik van ons voordeelprogramma

Schrijf je in, en ontvang als eerste kortingsacties.
Bovendien ontvang je direct € 6,- korting!

