

BUSINESS

ONDERNEMERSPLATFORM VOOR DE REGIO RIVIERENLAND

KLIMAKEUR, SPECIALIST IN KEURING VAN KOEL- EN VERWARMINGSINSTALLATIES

'ALS ONDERNEMER WIL JE WETEN WAAR JE STAAT'

AAN DE SLAG MET DUURZAAM ONDERNEMEN

LET OP: GOOGLE GOOIT HET ROER OM!

Uw uitzendpartner voor
Midden-Nederland!



SprintWerkt

UITZENDGROEP



SprintWerkt
UITZENDGROEP

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



GROENE WERKOMGEVING

Ondernemers onderschatten vaak het belang van natuur rondom hun bedrijfspand. Onderzoek heeft aangetoond dat een groene werkomgeving zorgt voor minder stress, hoger creativiteit en meer werkgeeluk.

Zelf las ik laatst dat slechts 1 procent van de 100.000 hectare aan bedrijventerreinen in Nederland bestaat uit natuur. Iets waar ik echt van stond te kijken. Diverse bedrijventerreinen in de regio Rivierenland geven al wel het goede voorbeeld, maar toch zijn er ook nog heel veel grijze betonnen terreinen, waar meer groen en wandel- en fietspaden niet zouden misstaan.

Bedrijventerreinen zijn bovendien in de afgelopen jaren steeds meer naar de rand van steden verdreven. En daarom ben ik van mening dat het juist belangrijk is om van deze eilandjes een multifunctionele groene werkomgeving te maken. Ook zal een bedrijf op deze manier aantrekkelijker worden voor (toekomstige) werknemers.

Geef jij het goede voorbeeld of kun jij de ondernemer adviseren in het vergroenen/verduurzamen van de omgeving rondom een bedrijfspand? Dan komen wij graag in contact met jou voor onze volgende editie. Mail je reactie naar: jessica@vanmunstermedia.nl.

Fijne zomer!

Jessica Scheffer
Hoofdredacteur Rivierenland Business



4

6	Klimakeur verzorgt verplichte EPDB III-Keuring van koel- en verwarmingsinstallaties
10	All-in Werkgeversprijs Bekroning voor werkgevers met hart voor inclusieve arbeidsmarkt
13	Pannenkoekenhuis De Waterspiegel richt zich op alle lagen van de samenleving, ook qua medewerkers
15	Column Goud & Kobalt
16	CROP corporate finance adviseert ondernemers vroegtijdig na te denken over bedrijfsovername
18	Een goede pitch is essentieel voor succes!
20	Professioneel handelen in een meerstemmige samenleving
22	Column EBU
23	Column Pension@Work
24	Aan de slag met duurzaam ondernemen
28	De inzet van generatieve AI-tools in het bedrijfsleven: nodig of nuttig?
32	Met het Keurmerk Veilig Ondernemen trekken ondernemers en overheid samen op
36	Google gooit het roer om
39	Automotive Nieuws
41	Column BewustZoo



van
munster
media
publishers

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

JAARGANG 35
Juli 2024, editie 3

REDACTIEADRES
Postbus 6684
6503 GD Nijmegen
jessica@vanmunstermedia.nl

UITGEVER
Michael van Munster

HOOFDREDACTIE
Jessica Scheffer

REDACTIE BIJDRAGEN
Sofie Fest, Hans Hajee, Aart van der Haag

VORMGEVING / OPMAAK
Ton van Zoest

FOTOGRAFIE
Joost Franken, Aart van der Haag

DRUK
Balmedia

ADVERTENTIE-EXPLOITATIE
Van Munster Media B.V.
Marie-Louise van Heeckeren
T.:024-3738505

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

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

© 2024 Overname van artikelen is slechts mogelijk na verkregen schriftelijke toestemming van de uitgever.





“Ondernemers staan er vaak helemaal niet bij stil dat ze met kleine maatregelen al veel kunnen bereiken op het gebied van verduurzaming en energiebesparing”, aldus Raymond Gerritsen.

KLIMAKEUR VERZORGT VERPLICHTE EPBD III-KEURING VAN KOEL- EN VERWARMINGSINSTALLATIES

'ALS ONDERNEMER WIL JE WETEN WAAR JE STAAT'

De boodschap lijkt nog niet overal doorgedrongen binnen het bedrijfsleven: bij koel- en verwarmingsinstallaties met een nominaal vermogen vanaf 70 kilowatt zijn pandeigenaren verplicht elke vijf jaar een EPBD III-keuring* te laten uitvoeren. KlimaKeur uit Kapel-Avezaath kan dit volgens de officiële richtlijnen verzorgen. "Niet alleen omdat het moet, maar ook omdat je als ondernemer inzichtelijk wilt hebben hoe je je gebouw verduurzaamt en niet alleen energie, maar ook kosten bespaart."

In nieuwspublicaties komen de cijfers met enige regelmaat voorbij: alle bestaande gebouwen in Nederland moeten uiterlijk in 2050 volledig klimaatneutraal zijn en voor kantoorpanden ligt er reeds in 2030 een deadline om energielabel A te bereiken. "Het gemiddelde ligt nu op C, met nog slechts vijfenhalf jaar te gaan," zegt Raymond Gerritsen, gecertificeerd EPBD-inspecteur bij KlimaKeur. "Als ik het op basis van mijn ervaringen zo inschat, lopen we al gauw vijftien, twintig jaar achter op de doelstellingen." Daaruit valt dus op te maken dat het bedrijfsleven een inhaalrace moet plegen. De praktijk leert dat dat niet of in ieder geval onvoldoende gebeurt zonder prikkels vanuit de overheid, vandaar dat er een landelijke verplichting geldt om elke vijf jaar een EPBD III-keuring te laten uitvoeren wanneer de koel- en verwarmingsinstallaties van een gebouw een nominaal vermogen van 70 kW hebben. "Veel ondernemers zijn zich daarvan niet bewust. Trouwens, vanuit het werkveld weten we dat er vooralsnog niet op gehandhaafd wordt. Sterker nog, ook bij overheidsgebouwen vindt niet altijd deze periodieke controle plaats, terwijl je vanuit die hoek toch een voorbeeldfunctie zou verwachten."

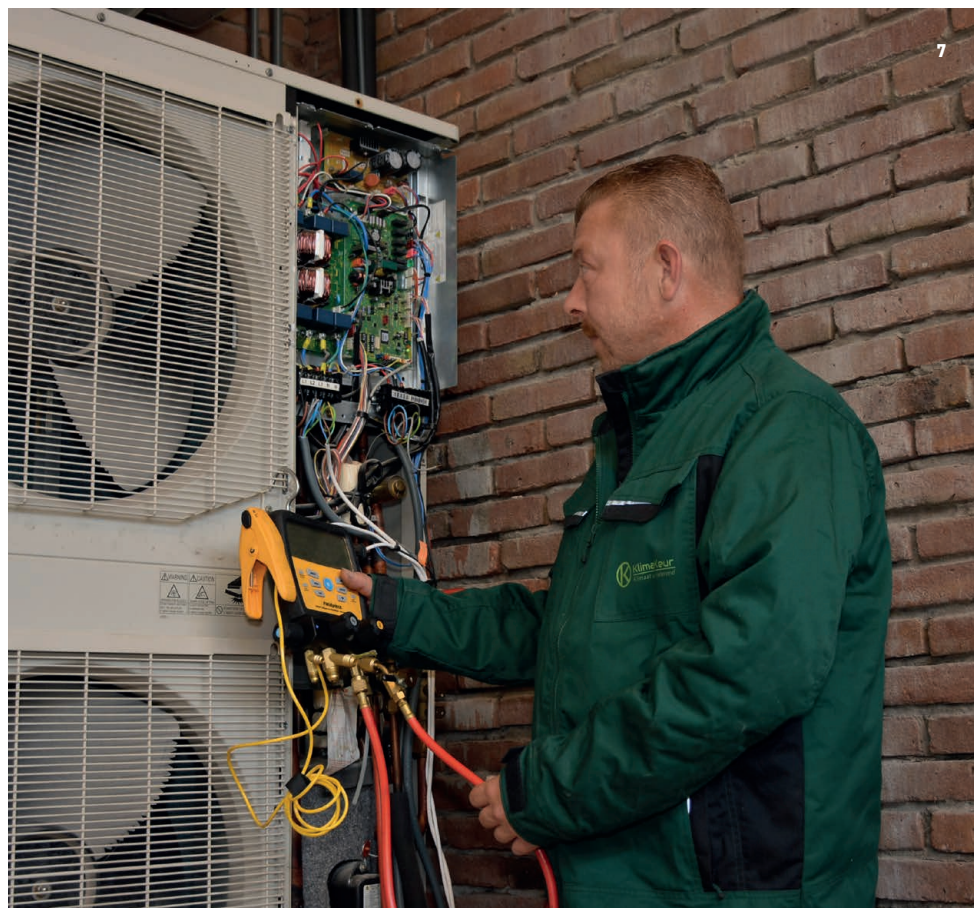
TEGEN INVESTERINGEN AANHIKKEN

Geeft dat pandeigenaren vrij spel om de wettelijk voorgeschreven EPBD III-keuring dan maar naast zich neer te leggen? "Nee, natuurlijk niet," stelt Gerritsen. "Mocht de controle daarop vroeg of laat toch plaatsvinden, dan kom je er waarschijnlijk in eerste instantie nog met een waarschuwing vanaf. Onderneem je vervolgens geen actie, dan zal uiteindelijk ongetwijfeld een boete volgen. Het gaat echter niet alleen maar om gehoorzaamheid. Uiteindelijk moeten we allemaal ons steentje bijdragen om de wereld ook in de verre toekomst leefbaar te houden en dus zorgvuldig met het klimaat om te springen. We weten dat eigenaren aanhikken tegen investeringen om hun ge-

bouwen te verduurzamen, maar wanneer wij ze voorrekenen dat de maatregelen die ze kunnen treffen veel energie en daarmee kosten besparen, ziet het plaatje er ineens aanmerkelijk anders uit. Als ondernemer kijk je toch naar de langere termijn? Vergeet daarbij niet dat eventuele huurders dit aspect ook kritisch onder de loep nemen. Met een tochtig, slecht geïsoleerd pand waarin verouderde installaties staan en waar het energieverbruik hoog ligt blijf je in je maag zitten. Ook in de huidige tijd al."

AFWACHTENDE HOUDING

Gerritsen constateert dat sommige eigenaren van een bedrijfspand een afwachtende houding aannemen. "Door de woningnood in Nederland klopt op sommige locaties de ene na de andere projectontwikkelaar of de gemeente aan, vanuit interesse om het



gebouw over te nemen en plat te gooien dan wel tot casco te strippen, waarna er een appartementencomplex kan verrijzen. Zeker in dichtbevolkte gebieden wacht de bezitter van het pand dan graag het hoogste bod af. Het spreekt voor zich dat hij er in zo'n fase weinig voor voelt om duurzaamheidsinvesteringen te doen, want in hoeverre zijn die nog nuttig en terug te verdienen? Aan de andere kant kun je niet in de toekomst kijken en moet je dus wel een plan B hebben. Als ondernemer wil je weten waar je staat en

los van de wettelijke verplichting is het laten uitvoeren van een EPBD III-keuring dan heel zinvol. Dat proces verzorgen we bij KlimaKeur van A tot Z, inclusief een uitgebreide rapportage, die als leidraad dient voor een adviesgesprek. De inspectie die we uitvoeren verplicht overigens tot niets als het gaat om het treffen van duurzaamheidsmaatregelen. Welke keuzes je daarin maakt, dat beslis je als ondernemer zelf. Wij geven er 'slechts' advies over, gekoppeld aan een raming van de kosten."



COMPLEET INVENTARISEREN

Volgens Gerritsen komen aan elke EPBD III-keuring twee inspecteurs te pas, namens twee verschillende organisaties. "Dat is wettelijk zo geregeld, om belangenverstremming te voorkomen. Bij bedrijven met een totaal installatievermogen van 290 kilowatt of meer moet ik zelfs steekproeven uitvoeren op de metingen die de andere inspecteur doet. Vergelijk het met hoe een apk bij auto's werkt." KlimaKeur begint bij elke klant met een nulmeting. "We inventariseren het complete gebouw, van raamoppervlakken, ventilatie, gas- en elektraverbruik van installaties tot isolatie van muren en leidingen. Daaruit volgt een kosten-batenanalyse, waar we een soortgelijk plaatje tegenover zetten op basis van de door ons aanbevolen duurzaamheidsmaatregelen. Uit ervaring weten we dat ondernemers zich erg focussen op de investeringen die ze zouden moeten doen, terwijl ze zich niet voldoende oriënteren op de besparingen die deze op den duur zullen opleveren en die elke maand blijven terugkeren door een lagere energierekening. Nog afgezien van het feit dat een goed geïsoleerd gebouw met een moderne klimaatinstallatie het welzijn van de medewerkers bevordert en daarmee het ziekteverzuim terugdringt."

VOOR NIKS VERSTOKEN

De EPBD III-keuring zoals KlimaKeur die verricht werkt vooral verhelderend. Gerritsen: "Ondernemers staan er vaak helemaal niet bij stil dat ze met kleine maatregelen die relatief weinig geld kosten al veel kunnen bereiken op het gebied van verduurzaming en energiebesparing. Waarom zou je de sensorgestuurde verlichting van je toiletten niet ook aan de luchtafvoer koppelen? Dat deze uitsluitend tijdens en kort na gebruik van het sanitair draait. Maak er een discipline van om de verwarming of de airconditioning buiten werktijden uit te schakelen. Je zult de ondernemers de kost geven die dat over het hoofd zien. Soms werken de systemen zelfs onbedoeld tegen elkaar in. Wanneer een radiator met een thermostaat in dezelfde ruimte staat als een airco, kan door deze 'voeler' tegelijk de verwarming aanspringen, wat je natuurlijk niet wilt. Wij komen trouwens regelmatig cv-installaties tegen die op een te hoge temperatuur zijn ingesteld. Vaak wel 80 of zelfs 90 graden, terwijl meer dan 55 à 60 graden niet hoeft. Die 20, 25 graden méér loop je letterlijk voor niks te versto-



toe op situaties waarin de ondernemer zijn dak vol met zonnepanelen wil leggen, maar dat van de gemeente niet mag, omdat het stroomnet overbelast raakt. Daarnaast vormen het wegvallen van de salderingsregeling en het invoeren van terugleverkosten door steeds meer energiemaatschappijen een hot item. Dat valt te ondervangen door het aantal te plaatsen zonnepanelen zorgvuldig op het gebruik af te stemmen en in de eigen daluren de opgewekte stroom op te slaan in een batterij. Wij kunnen de ondernemer de investering, eventuele subsidiemogelijkheden, de terugverdiendtijd en daarmee het rendement

voorrekenen. Net als bij alle andere denkbare verduurzamingsmaatregelen, bijvoorbeeld het installeren van vloerverwarming of een hoogrendementsketel. Overigens maakt ook zorgvuldig onderhoud aan installaties het verschil. Als je weet waar je staat en helder in beeld krijgt welke verduurzamingsmaatregelen er mogelijk zijn, kun je anticiperen op de toekomst en al snel beginnen met energie besparen.”

** Energy Performance of Building Directive*

www.klimakeur.nl

ken. Betreft het een kantoor waar de hele dag diverse printers draaien, overweeg dan eens om ze in één ruimte te plaatsen en de warmte die ze produceren te gebruiken om het gebouw op een aangename temperatuur te brengen. Dat kan ook als je een eigen server hebt staan.”

ZONWERINGEN, SEDUMDAK

KlimaKeur geeft nog een aantal interessante bespaartips. “Onderschat de impact van goede zonweringen voor de ramen niet,” zegt Gerritsen. “Die kunnen op warme dagen de temperatuur binnen het gebouw tot tien procent verlagen. Weleens nagedacht over een sedumdak met vetplantjes? Dat scheelt zomaar vier procent in de zomer en werkt in de winter extra isolerend. Steeds meer bekendheid krijgt de warmteterugwininstallatie, kortweg twt, die je inmiddels in heel veel moderne bedrijfspanden en niet te vergeten woningen tegenkomt. Deze gebruikt 's winters de warmte lucht die hij afzuigt om de inkomende koude lucht van buiten via een kruisstroomwisselaar naar een hogere temperatuur te brengen, wat zomaar een paar graden scheelt in het gebouw. Zo hoef je minder bij te stoken. 's Zomers werkt het systeem precies andersom, met dus een koelend effect, waardoor de airconditioning minder hard hoeft te draaien. Wat we in toenemende mate in gebouwen zien, onder andere bij sportscholen, is een voorverwarmer voor de luchtbehandelingskast. Bij die laatste valt overigens ook winst in energieverbruik te behalen door verouderde grote motoren te vervangen door moderne, efficiënte ventilatoren.”

BATTERIJ

Hoezeer bepaalde verduurzamingsmaatregelen ook voor het grijpen liggen, KlimaKeur kent vanuit de dagelijkse praktijk de uitdagingen waarmee pandeigenaren worstelen. Gerritsen: “Wij stuiten af en



ALL-IN WERKGEVERSPRIJS

BEKRONING VOOR WERKGEVERS MET HART VOOR INCLUSIEVE ARBEIDSMARKT

De All-in Werkgeversprijs Rivierenland is er voor werkgevers die hun maatschappelijke verantwoordelijkheid nemen en werknemers met een arbeidsbeperking een kans bieden in hun organisatie. Die hun de werknemers de tijd geven om zich te ontwikkelen en die zorgen voor extra aandacht en begeleiding. Zij zorgen ervoor dat deze medewerkers meedoen in de maatschappij en bieden hen duurzaam werk. De prijs werd in 2019 in het leven geroepen door het WerkgeversServicepunt, VNO-NCW midden en RW-POA Rivierenland en is er voor werkgevers die creatief meedenken en draagvlak creëren binnen de organisatie. Ook dit jaar wordt de prijs uitgereikt aan werkgevers die laten zien dat het kan, inclusief werkgeverschap.

WINNAARS

Door hun motivatie inspireren zij hopelijk ook andere werkgevers in Rivierenland. Voor elke gemeente in Rivierenland wordt een winnaar geselecteerd. Zo zijn er uiteindelijk acht winnaars.

Het mooie is, iedereen kan een werkgever nomineren voor de prijs. Dus kent u een werkgever die voldoet aan de beschrijving? In uw dorp of stad? Houdt deze dan vast in gedachte. Vanaf 9 september tot en met 6 oktober kunt u hen nomineren voor de All-in Werkgeversprijs 2024. De prijswinnaars zullen in november bekend worden gemaakt.

DUURZAAM

Het gaat dus om werkgevers uit de overheid en het bedrijfsleven die werk maken van de inclusieve arbeidsmarkt. Dat is een arbeidsmarkt waarin iedereen, dus ook mensen met een beperking, duurzaam en naar vermogen kunnen deelnemen. Steeds meer werkgevers nemen hun maatschappelijke verantwoordelijkheid en bieden werknemers met een arbeidsbeperking een kans in hun organisatie.

ALL-IN WERKGEVER

De aard van de inzet kan variëren; geboden kansen en mogelijkheden verschillen

per werkgever. Deze werkgevers denken creatief mee en creëren draagvlak binnen de organisatie. Gunnen de werknemer de tijd om zich te ontplooiën en zorgen voor extra aandacht en begeleiding. Zodoende bieden deze werkgevers duurzaam werk en stellen ze iedereen in staat om naar vermogen bij te dragen aan de organisatie. Met daarbij zo volwaardig te participeren in de maatschappij. Deze werkgevers verdienen het predicaat 'All-in werkgever'.



DE WINNAARS VAN VORIG JAAR

ETILEX B.V.

Houthandel Frezerij van Hulst (heeft dit jaar een naamswijziging gehad en heet nu Etilex B.V.) is de afgelopen jaren flink gegroeid. De vraag naar extra handen is dan ook groot. Van Hulst kiest ervoor om werk uit te besteden aan Werkzaak Rivierenland. Daarnaast heeft hij ook mensen van Werkzaak op de vloer werken.

SLAGERIJ EN WORSTMAKERIJ KNOBBOUT

Slagerij en worstmakerij Knobbout won de All-In Werkgeversprijs 2023 voor de gemeente Buren. William Knobbout, mede-eigenaar en worstmaker bij Knobbout, vertelt over de fijne collega's in zijn team die ervoor zorgen dat hij zich ook op andere taken kan richten. "Leuk dat we deze prijs winnen, maar voor ons zijn het gewoon fijne collega's die hun werk goed doen, dat behoeft eigenlijk geen speciale vermelding te hebben," aldus William.

PLUS GIEL SMITS

De PLUS Giel Smits staat voor diversiteit. Dat vind je terug in de inrichting van de winkels, die allemaal op hun eigen manier gemanaged worden. Dit vindt je ook terug in de samenstelling van de teams, die een afspie-

ling zijn van de mensen die in de wijk wonen. Giel Smits, eigenaar van PLUS Giel Smits in Culemborg vindt dat niet meer dan normaal. Zo gewoon als dat voor hem is, zo opvallend is het als je kijkt naar inclusief ondernemerschap. Hij won er de All-in Werkgeversprijs 2023 mee.

BIKETOTAAL VAN UITERT

Ibrahim en Roel werken via Werkzaak Rivierenland bij Chris van Uiter Tweewielers (per 1 januari BikeTotaal van Uiter in Maasdiel). Beide mannen maakten al veel mee in hun leven, maar pakken het leven met beide handen aan. Chris geeft hen die kans om midden in het leven te staan.

SOAPWORLD

SoapWorld maakt zeepproducten. Van shampoo's tot conditioners, kleine zogeheten toeristen zeepjes voor kleine en hele grote nationale en internationale merken. Op de vloer werken vier collega's die via Werkzaak Rivierenland binnen zijn gekomen.

DE HERBERGIER

De Herbergier Tiel staat voor het welzijn van zijn bewoners én dat van zijn medewerkers. Met aandacht en door maatwerk te leveren is er voor iedereen een fijne plek in de Her-

bergier. Herbergiers René en Judith vertellen je over hoe zij kijken naar inclusief werkgeverschap.

SOLID MATTERS

Solid Matters maakt cosmetica in vaste vorm. Dat is beter voor het milieu. Er is geen water nodig en ook de plastic flacons kunnen achterwege worden gelaten. Solid Matters heeft oog voor duurzaamheid, óók in haar personeelsbeleid. Ze wonnen er de All-in Werkgeversprijs 2023 voor de gemeente West Betuwe voor.

BOEKBINDERIJ VAN HEES

Het ambacht van boekbinden is aan het verdwijnen, Boekbinderij van Hees doet er alles aan om vakkennis te behouden en mooie boeken te maken. En daar zijn mensen voor nodig. Hoe je mensen laat groeien en ontwikkelen en ze respecteert als de waardevolle medewerkers die zij zijn, daar weten ze bij boekbinderij van Hees alles van. Ze wonnen er de All-in Werkgeversprijs voor in de gemeente Zaltbommel.

www.rw-poarivierenland.nl/all-in-werkgeversprijs-rivierenland



De Herbergier.



Volledig ontzorgen van logistieke opleidingen

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

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



Een groene,
levende verdeler
op het kantoor

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

Meer weten?
ambius.nl/greenwalls

 ambius

ACCOUNTANTS *jb* ADVISEURS

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

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

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

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

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

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

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



JB Accountants en Adviseurs

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

PANNENKOEKENHUIS DE WATERSPIEGEL RICHT ZICH OP ALLE LAGEN VAN DE SAMENLEVING, OOK QUA MEDEWERKERS

'150 SOORTEN EN TOCH GEEN HOGERE WISKUNDE'



Vergeet het beeld van joelende kinderen die rondrennen. Pannenkoekenhuis De Waterspiegel op het Eiland van Maurik richt zich volgens algemeen directeur Alex Blaauwendraat op alle lagen van de samenleving. Dat zie je terug in de uitstraling, de gerechten en de presentatie daarvan, maar de filosofie uit zich ook achter de schermen. "Het seriematige werk in de keuken biedt een veilige plek voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt."

Alex Blaauwendraat en Tom Bronk.

Bij binnenkomst valt het direct op. Pannenkoekenhuis De Waterspiegel ademt de sfeer van een moderne brasserie, waar zelfs een zakelijk gezelschap zich zal thuisvoelen. "Beslist ook een doelgroep die wij bedienen," bevestigt Blaauwendraat. "Je vindt hier geen ballenbak en geen bonte aankleding. We zijn dol op kinderen en bieden hen genoeg vertier, maar we willen alle mogelijke doelgroepen bedienen. Zal ik eens iets onthullen? Ik heb zelf een achtergrond als chef-kok in het hogere segment en kreeg jaren geleden de uitdaging voorgelegd om het concept van een pannenkoekenrestaurant naar een hoger niveau te tillen. Niet alleen qua look and feel, maar ook qua gerechten en hoe je die aan de gasten presenteert. Verder kijken dan alleen maar het standaardbeleg met ham, kaas en spek. Verrassende varianten lanceren, bijvoorbeeld met gerookte zalm, kipshoarma of pulled pork. Vanuit het gegeven dat iedereen zijn eigen favoriete pannenkoek kan samenstellen zijn er zo'n 150 verschillende soorten mogelijk. Overigens hanteren we deze formule inmiddels op vijf locaties en streven we op de langere termijn naar een mooie landelijke spreiding."

SERIEMATIG WERK

Ook al staan verrassingseffect, variatie en kwaliteit op een hoog plan bij Pannenkoekenhuis De Waterspiegel, het voorbereidende werk vormt - zoals Blaauwendraat het uitdrukt - geen hogere wiskunde. Dat schept mogelijkheden om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt een plek te geven binnen het team in de keuken. "Het seriematige werk in de voorbereiding van de gerechten is goed te overzien," zegt Gerjanne Schilperoort, verantwoordelijk voor personeelszaken. "Dat geeft een bepaalde rust en vooral structuur, vandaar dat wij binnen een goede samenwerking met de gemeente Buren recent een tweede medewerker in dienst hebben genomen die in het autistisch spectrum zit. Een jong volwassene, die hier eerder al een snuffelstage mocht doen. Beide collega's kunnen te allen tijde terugvallen op een persoonlijke buddy die hen begeleidt." "Mocht er op bepaalde momenten behoefte bestaan aan extra ondersteuning, dan zetten we met alle plezier kosteloos een jobcoach in," zegt Tom Bronk, adviseur werk & inkomen voor de gemeenten Buren en Neder-Betuwe. "Daarnaast

kennen we gunstige regelingen in de vorm van loonkostensubsidie en een no-riskpolis. Mooi dat mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt bij De Waterspiegel de kans krijgen om hun steentje bij te dragen aan het bereiden van 150 verschillende soorten pannenkoeken." Voor iedereen, uit alle lagen van de samenleving.

IEMAND EEN KANS GEVEN?

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



*Ons heilig
boontje*

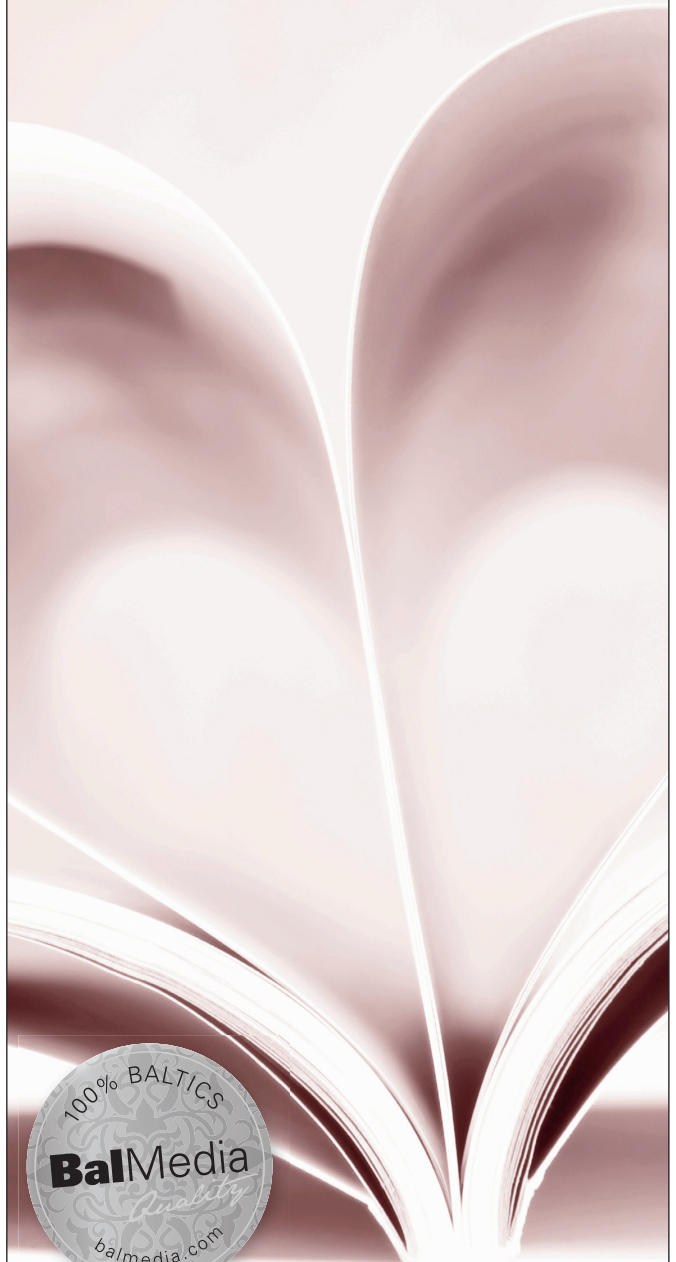


vantienen

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

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

We 
PrintMedia



Houdt u ook zo van schitterend drukwerk, scherpe prijzen en uitstekende service? Neem nu contact op en ondervind zelf de geweldige kwaliteit van ons Nederlands/Baltisch traject: optimaal van boom tot deur.

Bouwmeesterweg 52 | 3123 AA Schiedam
T 010 247 6666 W www.balmedia.com

 **BalMedia**



Thomas Kristian Teerink
www.goudenkobalt.nl

NA-APELAARDIJ

Concurrenten. We kunnen niet met ze, en niet zonder ze. Het liefst willen we alles van ze weten. Gaan de zaken goed? Hebben ze personeel tekort? Welke klanten hebben ze? Helemaal niet gek, natuurlijk. Gezond zelfs. Het is goed om te weten wat er speelt. Welke kapers er op de kust zijn en hoe ze proberen je klant of werknemer te verleiden. Tijdens onze merktrajecten zijn klanten ook extra gefocust als we aankomen bij het hoofdstuk 'concurrentie'. Wat doen ze goed? Maar vooral: wat doen ze slecht?

Laatst hadden we best een verrassende concurrentie-analyse. Bij een van onze klanten, kwam ik tot de ontdekking dat niet alles wat dit merk communiceert zelf bedacht is... Dat komt omdat ze zonder sterk fundament eigenhandig hun merk hebben opgebouwd. En dat is echt niet makkelijk. Dus kozen ze heel bewust voor de strategie: 'Liever goed gejat, dan slecht bedacht'. Goed dat we zijn aangehaakt, zullen we maar zeggen :)

Want je vindt dit soort kopiegedrag helaas overal. Er zijn hele branches waar het de norm lijkt om zoveel mogelijk op elkaar te lijken. De makelaardij blijf ik het perfecte voorbeeld vinden. 80% van de merknamen zijn achternamen van de oprichters. Meer dan de helft van de logo's bevat de vorm van een huisje. En op de meeste websites vind je groepsfoto's voor een bakstenen muur. Na-apelaardij noem ik dat.

Kijk: als maker ben ik erop gebrand unieke dingen te creëren. Ik voel me ongemakkelijk als ik iets bedenk wat al eerder bedacht is. Dus ik zou me doodschamen met zo'n generiek merk... Maar dat is persoonlijk. Ik geloof namelijk niet dat al die makelaars wakker liggen van hun gestolen merkidentiteit. Ik vraag me af of ze het überhaupt op die manier zien.

Als iets van mij 'goed gejat' wordt, voelt dat als pure bedreiging. En het gebeurt regelmatig. Vooral bij ons eigen merk. We hebben met Goud & Kobalt een vrij uniek merkthema: activisme. Alles wat we aan communicatie doen, hint daarnaar. Onze stijl, geluiden, teksten, foto's en video's. Het was dus even schrikken toen we erachter kwamen dat ons thema bij een ander merk in dezelfde branche de boventoon voert. Met vergelijkbare stijl, beeld en tekst. Dat voelt niet oké. Wat moeten we hiermee? Confronteren? Juridische stappen ondernemen? Of... laten gaan?

Uiteindelijk besloten we de makelaar in ons aan te spreken, en er niet wakker van te liggen. Of het wel of niet is gejat, het maakt eigenlijk niet uit. Als het wél zo is, zie ik het als een compliment. En als het niet zo is... dan ook. In beide gevallen is het een idee dat meerdere mensen zó tof vinden dat ze het zelf willen gebruiken.

Het moraal van dit verhaal: kopiegedrag gebeurt toch wel. Wees dus niet bang om een inspiratiebron te zijn. Blijf zo dicht mogelijk bij jezelf, zo ben jij nooit het slappe aftreksel. En die klant van ons? Die heeft nog nooit zo'n lekker verhaal gehad. We kunnen niet wachten op de eerste na-aper.

CROP CORPORATE FINANCE ADVISEERT ONDERNEMERS VROEGTIJDIG NA TE DENKEN OVER BEDRIJFSOVERNAME

WERKEN AAN DE WAARDE

Een goede ondernemer denkt strategisch vooruit, maar stippelt niet altijd het eigen pad uit: ‘Wil ik de zaak op een bepaald moment verkopen?’ Zo ja, in wat voor hoedanigheid? ‘In feite is het nooit te vroeg om dat eens voor jezelf op een rijtje te zetten,’ zegt Herber Blokland, partner bij CROP corporate finance. ‘Misschien wel eerder te laat, in sommige situaties. Alleen al voor het verkoopklaar maken van je bedrijf heb je gemiddeld twee tot drie jaar nodig.’



Herber Blokland (rechts), partner bij CROP corporate finance, raadt ondernemers aan om tijdig een plan te trekken ten aanzien van de toekomst.

CROP corporate finance, met vestigingen in Utrecht, Amersfoort, Ede, Arnhem en Hoofddorp, kent de cases. ‘We zijn met drie compagnons en elk van ons draait al zo’n dertig jaar mee in deze tak van sport: bedrijfsovernames,’ aldus Blokland. ‘Een onderwerp dat bij veel ondernemers niet direct op de agenda staat, terwijl wij ons kunnen voorstellen dat veel van hen daar toch heus weleens over zullen nadenken. Zeker als je de vergrijzing binnen de

maatschappij in aanmerking neemt. Leeftijd hoeft natuurlijk niet de enige aanleiding te vormen om verkoop van het bedrijf in overweging te nemen. Het kan ook gaan om gezondheid, familieomstandigheden of verschil van inzicht tussen compagnons, hetgeen trouwens zeker niet per definitie een negatieve lading hoeft te hebben. Wellicht ziet de één ergens groeikansen en biedt een splitsing van de activiteiten dan een oplossing. Soms beïnvloeden verande-

rende marktomstandigheden de perspectieven of sta je voor grote investeringen om toekomstbestendig te blijven. Kijk maar naar de verduurzaming van de transportsector. Uiteraard kun je er als ondernemer ook verkiezen om niet het hele bedrijf in één keer te verkopen, maar in eerste instantie een deel, waarbij je een stuk vermogen dat in de zaak vastzit veiligstelt om dromen te realiseren. Bijvoorbeeld als je jezelf te jong vindt om al te stoppen.’

PERSOONLIJKE AGENDA

Blokland raadt ondernemers aan om tijdig een plan te trekken ten aanzien van de toekomst. "Het juiste moment om de zaak eventueel te verkopen staat of valt met de persoonlijke agenda. Van daaruit moet je al gauw een jaar of vier, vijf terugtellen. Een overnametraject bestrijkt in de regel tussen de zes en de twaalf maanden en vergeet niet dat je ook tijd nodig hebt om de onderneming verkoopklaar te maken. Dat neemt al gauw een jaar of twee, drie in beslag, wil je het maximale eruithalen. We noemen dat 'werken aan de waarde'. Waar sta je nu en aan welke knoppen moet je draaien om deze te vergroten? Wacht niet tot het moment dat je gezondheid je misschien wel in de steek laat, dat het ondernemen je begint tegen te staan of de financiële resultaten afglijden. Trouwens, stel dat er een ineens een kandidaat op de stoep staat die interesse toont, terwijl je zaak nog niet verkoopklaar gemaakt is. Dan denk je: 'Had ik dit maar eerder voorbereid.' Verlies je op enig moment de motivatie, dan gaat je scherpste achteruit en komt de ontwikkeling van het bedrijf tot stilstand. Daar waar een jonge, frisse ondernemer met nieuw elan de draad zou kunnen oppakken, wat ook de aantrekkingskracht voor personeel vergroot. Bij familiebedrijven geldt het net zo goed, wanneer senior het lastig vindt om afstand te nemen, maar eigenlijk te oud wordt om de processen te blijven aansturen."

RESULTATEN EN RISICO'S

Werken aan de waarde heeft volgens Blokland twee kanten. "Enerzijds de financiële resultaten optimaliseren, wat begint met ze optimaal in kaart te brengen. Misschien liggen er mogelijkheden om de marges te verhogen en de kosten te drukken. Neem ook je werkkapitaal onder de loep. Wanneer je te laat factureert en je debiteurenbeheer niet goed voor elkaar hebt, laat je maanden aan omzet openstaan en dat scheelt fors in de waarde. Onderzoek de opties om terugkerende omzet te genereren, bijvoorbeeld door producten in abonnementsvorm aan te bieden. Verkoop online levert wellicht meer traffic en minder kosten op dan fysieke acquisitie. Het andere aspect bij werken aan de waarde is het terugdringen van risico's. Zo maakt een klantenkring met een paar grote afnemers een onderneming kwetsbaar, net als een te sterke afhankelijkheid van de DGA. Allemaal zaken die we bij CROP graag eens onder de aandacht brengen tijdens een vrijblijvend gesprek. Daarna gaan we, als de ondernemer daaraan behoefte heeft, de diepte in. Er bestaan goede rekenmodellen die inzichtelijk maken wat het aanpassen van processen om de waarde van de organisatie te verhogen in theorie zou schelen. Dat kan al een trigger vormen om eens serieus over verkoop te gaan nadenken."

ORIËNTEREND GESPREK

Naast de rol van klankbord voor de ondernemer en begeleiding in het verkoopklaar maken van het bedrijf in kwestie vormt CROP corporate finance een ervaren partner om het overnametraject in goede banen te leiden en daar het maximale uit te halen voor de opdrachtgever. Blokland: "In overleg stellen we een informatiememorandum op, zeg maar een soort brochure. Ook stemmen we met elkaar af hoe we het proces aanvliegen: breed de markt benaderen, potentiële kopers selecteren of een variant die daartussen zit? Welke typen kandidaten passen daarbij? Een investeringsmaatschappij, een strategische partij, een branchegenoot cq concurrent, een andere schakel in keten of misschien wel een familielid? Indien we in overleg besluiten om het bedrijf op één van de grote online-overnameplatforms te presenteren, gebeurt dat heel discreet met een anoniem profiel. Wij begeleiden onze cliënt in het voeren van de gesprekken, het beantwoorden van kritische vragen van de andere zijde, de onderhandeling en de fase bij de notaris. Soms ook nog daarna, in geval van een earn-outregeling. Voor het echter zover is, liefst jaren eerder, ontvangen we de ondernemer graag eens voor een kosteloos oriënterend gesprek, om tijdig te sturen op de toekomst."

www.crop.nl



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.



PROFESSIONEEL HANDELEN IN EEN MEERSTEMMIGE SAMENLEVING

In onze diverse wereld is leven en werken uitdagend, en lijkt het soms verwarrend en moeilijk. Tegelijk vormt het een van de grootste troeven voor onze toekomst. Diversiteit speelt een rol in onze relaties op de werkvloer en bepaalt zo ook het resultaat van je bedrijf of organisatie. Om met die meerstemmigheid om te gaan, moeten we onze angst voor verschil loslaten. Transitiecoach Fanny Matheusen publiceerde zopas 'Professioneel handelen in een meerstemmige samenleving - Het PEACE-model', een boek dat een leidraad wil vormen voor professionals in een wereld van verschil.

Wil jij met angst deze meerstemmige wereld tegemoet treden of wil je je erin bewegen met lef en liefde? Dit is eigenlijk de basisvraag die mij al jaren onderliggend gesteld wordt als ik als coach en trainer werk rond thema's als interculturele competentie, divers-sensitief rekruteren en inclusiever communiceren. Steeds komt het neer op die basisvraag, die me aanzet te gaan nadenken wat mensen die met meer lef en liefde in hun werk staan nu eigenlijk precies doen. Ik ontwikkelde op basis van een

academisch model voor interculturele competentie een meer praktisch hanteerbaar model met vijf handelingsprincipes: het PEACE-model. Dit model vormt de basis van mijn nieuwste boek, een gids voor iedereen die wil floreren in een wereld die steeds diverser wordt. Aan de hand van rake reflectievragen en ervaringsgerichte oefeningen leert het je alles over meerstemmigheid, kruispuntdenken en interculturele competentie.

Fanny Matheusen is transitiepedagoge, keynotespeaker, oprichter en bezieler van HUMMUS bv – The Art of Deep Democracy. Ze is practitioner, instructor en supervisor in de Deep Democracy Lewis-methode, gastdocent aan verscheidene hogescholen en auteur van meerdere boeken rond inclusie, conflict en verbindend samenwerken met verschil.

Mijn praktijk van dertig jaar met groepen werken in zeer diverse contexten en in verschillende rollen heeft hiertoe bijgedragen. De vele cases en voorbeelden in dit boek heb ik te danken aan de vele plekken waar ik mocht verbinden in verschil tussen en met mensen. Anderzijds heb ik me natuurlijk ook wel de vraag gesteld of ik in het huidige tijdperk als witte vrouw nog een boek kon schrijven over dit thema. De interviews met mensen op heel verschillende kruispunten die elk vanuit hun perspectief rond dit thema werken, hebben hier veel wind in de zeilen gegeven. Ik laat hen dan ook graag aan het woord in het boek. Het is dus een meerstemmig boek geworden over professioneel handelen in een meerstemmige samenleving.

Het uitgewerkte PEACE-model versterkt jouw interculturele competentie en laat je een weg zien doorheen gevoelige debatten en soms onbekende situaties. De essentie van interculturele competentie gaat voor mij over wakker zijn in een woelige wereld. PEACE is een letterwoord, waarbij de letters dienen als structurele elementen waaraan jij je denken en handelen kunt vastknopen.

P van Praat vrijmoedig
E van Erken eigenwaarde
A van Aanvaard anders-zijn
C van Creëer coöperatief
E van En-en-denken en -handelen

Deze vijf handelingsprincipes van het PEACE-model bouwen mee aan een vrederevollere wereld, een plaats waar iedereen veilig kan samenwerken, ondernemen en innoveren, en waar de volgende generatie in alle veiligheid kan opgroeien. Als voorproefje neem ik je graag mee in twee ideeën die ook in het boek centraal staan. En die van jou een heterogeniale professionaal maken.

1. ZONDER WRIJVING GEEN GLANS

Cruciaal om echt met verschillen om te gaan, is dat we de spanning of het conflict niet vermijden. Net daar schuilt een potentiële bron voor creativiteit en innovatie. Maar dan is er wel bereidheid nodig om het aan te gaan en niet uit de weg te gaan. Conflict hoort bij het leven, maar al te vaak hebben we boodschappen gekregen vanuit de ons socialiserende instanties. Dat we bijvoorbeeld beter 'zwijgen voor de lieve vrede' of 'ons niet zo druk hoeven maken'. We missen daar kansen. Het probleem is niet het

conflict, maar dat we niet conflictvaardig zijn. Uit onderzoek weten we dat teams, organisaties, buurten waar superdiversiteit een realiteit is, nood hebben aan manieren om om te gaan met de polariteiten, dilemma's en vraagstukken die dat stellen. Voor wie niet naar een gewelddadige escalatie of toxische polarisatie wil gaan, reik ik in het boek ideeën en tools aan die een effectieve omgang met conflict mogelijk maken.

2. ELK KRUISPUNT HEEFT ZIJN KRACHTEN EN KWETSBAARHEDEN

Het woord diversiteit roept nog al te vaak doelgroepen denken en categorisering op en neemt een belangrijke factor niet mee: macht. In dit boek vertrekken we van het concept kruispuntdenken dat in het Nederlandstalig vakgebied maar moeilijk ingang vindt. Intersectionaliteit is een woord dat ontstaan en verspreid is door bewegingen van Afro-Amerikaanse vrouwen. Zij wilden aangeven dat niet voor alle vrouwen dezelfde thema's op de agenda staan en dat niet alle mensen van kleur op eenzelfde manier bevooroordeeld of gediscrimineerd worden. Het is een concept dat ons allemaal doet nadenken over het kruispunt dat wij bezetten: welke meervoudige identiteit heb jij? En in welke context biedt jou dit kansen en waar speelt het je parten? En hoe geeft de samenleving waar je leeft je privileges omwille van dat kruispunt waarop je staat? Belangrijke vragen die het begrip diversiteit ons niet biedt, omdat het blind is voor echt verschillend denken. Ik zeg het graag met een quote van Melody Hobson: *Let us be colorbrave, not colorblind.*

Meerstemmig ontmoeten is spannend en niet altijd harmonieus. Als het lukt, dan zijn de voordelen talrijk. Organisaties worden steeds meer kennisgericht, en dan heb je beter een brede waaier aan kennis en achtergronden aan boord. Dat verhoogt de kansen op innovatie. Uit onderzoek blijkt dat heterogeen samengestelde teams het in het begin moeilijker hebben met besluitvorming. Maar eenmaal goed geaccordeerd, bereiken ze vaak meer dan homogene teams. Als we erin slagen ons af te vragen wat we als normaal beschouwen en onze kaders kunnen herdenken, verruimen en verbreden, dan ontdekken we de ongelofelijke troeven van de meerstemmige samenleving.



Foto: Leonard Walpot

Michiel Dijkman,
directeur Economic Board
Utrecht



Foto: Ed van Rijswijk

André van Schie,
gedeputeerde Provincie
Utrecht

UTRECHT: HET KLOPPENDE HART VAN WERELDWIJDE ZORGINNOVATIE

In het kloppende hart van Nederland, de metropoolregio Utrecht, wordt een stille revolutie geleid. Een revolutie die niet alleen levens redt, maar ook de grenzen van wat mogelijk is in de gezondheidszorg verlegt. Hier, te midden van toonaangevende bedrijven en gerenommeerde instellingen, wordt de toekomst van de medische wereld vormgegeven.

Deze regio is de thuisbasis van Genmab, een pionier op het gebied van immuuntherapieën tegen kanker en het UMC Utrecht, een wereldleider in medisch onderzoek en klinische praktijk. Maar het gaat verder dan dat. Het Prinses Máxima Centrum voor kinderoncologie, het Hubrecht Instituut voor stamcelonderzoek en het RIVM zijn slechts enkele voorbeelden van de vele instituten die hier gevestigd zijn en die elk op hun eigen manier bijdragen aan het unieke ecosysteem van Utrecht. Wat deze regio zo bijzonder maakt, is niet alleen de aanwezigheid van deze instellingen, maar ook de manier waarop ze samenwerken. Hier komen wetenschap, technologie en klinische praktijk samen om nieuwe behandelingen te ontwikkelen en de gezondheidszorg te verbeteren. Het is een vruchtbare grond voor innovatie die niet alleen nationaal, maar ook internationaal talent en investeringen aantrekt.

De andere kracht van de regio Utrecht ligt in haar unieke combinatie van toonaangevende instellingen, innovatieve bedrijven en een goed ontwikkelde infrastructuur. Maar het behouden en uitbouwen van deze voordelen vereist een gezamenlijke inspanning van overheid, bedrijfsleven en kennisinstellingen. Door samen te werken en te investeren in deze regio, kunnen we niet alleen de huidige uitdagingen aangaan, maar ook de basis leggen voor een toekomst waarin Nederland een leidende rol speelt op het gebied van zorginnovatie. En bijdraagt aan de economische onafhankelijkheid van Nederland en Europa.

Toch zijn er uitdagingen die niet genegeerd kunnen worden. De snelle technologische vooruitgang en de groeiende complexiteit van zorgvragen vereisen constante investeringen in onderzoek, ontwikkeling en implementatie. Bovendien moet onze infrastructuur zoals het stroomnet worden versterkt om deze groei te ondersteunen. Maar misschien wel de grootste uitdaging ligt in de arbeidsmarkt. Met 150.000 banen in de Life Sciences & Health-sector is er een enorme vraag naar gekwalificeerd personeel. Utrecht heeft al de krapste arbeidsmarkt van Nederland. Dus het aantrekken en behouden van talent wordt een steeds grotere uitdaging en vereist gerichte actie.

Om de concurrentiepositie van de regio Utrecht te behouden en verder te versterken, zijn grootschalige investeringen nodig. Investerings die gericht zijn op het faciliteren van onderzoek en ontwikkeling. Wij kijken ernaar uit de nieuwe ministers te laten zien wat Utrecht, het kloppende hart van zorginnovatie, kan betekenen voor Nederland en wereldwijd.

**REMCO HAVEKES,**

Pensioenadviseur & Financieel Planner
Eigenaar Pension@Work

www.pensionatwork.nl

DE WERKNEMERSLIJFRENTE, 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 WERKNEMERSLIJFRENTE

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 WERKNEMERSLIJFRENTE

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.



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.mvonederland.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

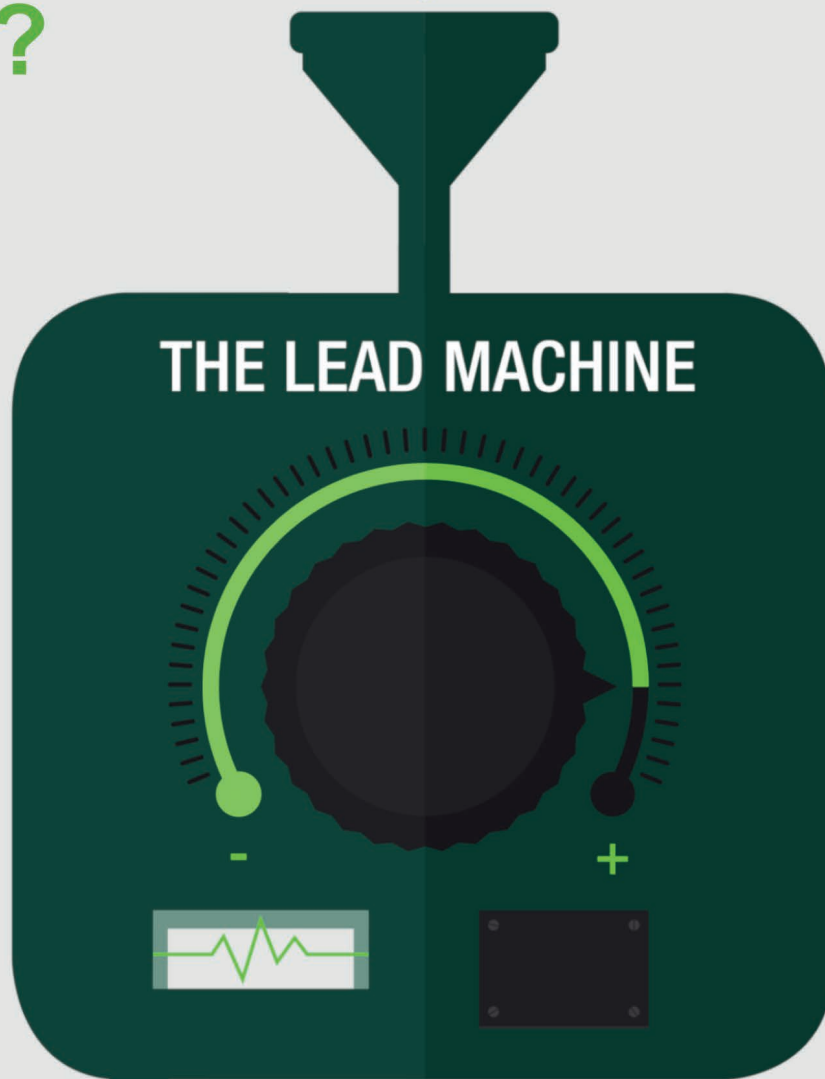
Daarna pak je je kernactiviteiten aan: het belangrijkste aandachtspunt. Dit is ook meteen het lastigste deel van je strategie, want ieder bedrijf is anders. Bespreek elk van de zeven NEx-thema's (zie kader en www.mvonderland.nl/nex-check-landing) met de medewerkers die het meest betrokken zijn en inventariseer 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.

Nieuwe droomklanten vinden?

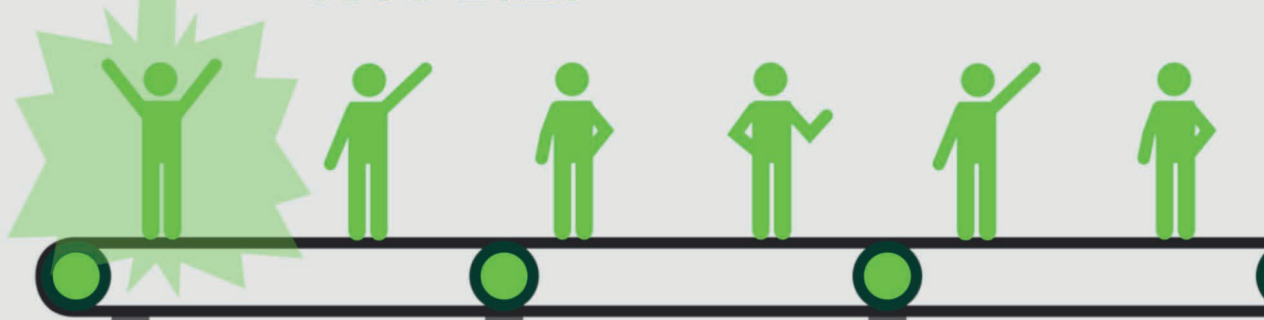


Ontvang gratis de 25
beste leads voor uw organisatie!

 DATA-collectief

aanmelden.datacollectief.nl
0800-2028

Meer info:



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



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 kán 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 werknemersbestand 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 arbeidsom-

Scoor nu jouw abonnement op ELF Voetbal al vanaf € 3,99 per maand



**OF VERRAS IEMAND ANDERS MET ONZE
SPECIALE GIFTBOX VOL TIJDLOZE SPECIALS**

BESTEL VIA
WWW.ELFVOETBAL.NL/SHOP



standigheden. 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.



MET HET KEURMERK VEILIG ONDERNEMEN TREKKEN ONDERNEMERS EN OVERHEID SAMEN OP

DUIDELIJKE ROUTE NAAR VEILIGER ONDERNEMEN

Nederland telt 3.800 bedrijventerreinen en zo'n 650 winkelgebieden. Stuk voor stuk gevoelig voor diverse vormen van criminaliteit of overlast. Karijn van Doorne, strategisch beleidsadviseur criminaliteit van VNO-NCW en MKB-Nederland, is blij met het volledig herziene Keurmerk Veilig Ondernemen. "Het is niet meer de papieren tijger die het was. Het is een praktisch instrument dat zorgt voor werkbare afspraken over veiligheid tussen ondernemer en overheid waar je elkaar aan mag en kunt houden."

Het Keurmerk Veilig Ondernemen (KVO) is ooit bedacht en ontwikkeld door ondernemers- en werkgeversvereniging VNO-NCW en MKB-Nederland. Inmiddels staat het keurmerk onder beheer van het Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid, het CCV. Zij hebben onlangs het keurmerk grondig gerenoveerd. Karijn van Doorne, senior-adviseur bij VNO-NCW en MKB-Nederland, ziet het dan ook als een uiterst bruikbaar instrument voor zowel ondernemers als overheid in hun streven naar een schone en veilige omgeving voor ondernemers. "Het keurmerk bewijst zijn nut in situaties waar ondernemers te maken hebben met onveiligheid en streven naar een veiligere omgeving."

SAMENWERKING STAKEHOLDERS CENTRAAL

Het KVO-traject is speciaal ontworpen voor plekken waar meerdere ondernemers verenigd en samen actief zijn zoals bedrijventerreinen, winkelgebieden en buiten-

gebieden. Hier is veiligheid een gemeenschappelijke prioriteit. Het initiatief voor het KVO kan zowel door ondernemers als door de overheid worden genomen. De regionale Platformen Veilig Ondernemen (PVO) en adviseurs van andere organisaties vormen een belangrijke schakel in het samenbrengen van alle partijen die een rol spelen bij het waarborgen van veiligheid. De samenwerking tussen alle verschillende stakeholders zoals ondernemers, lokale overheden, politie en de brandweer staat centraal bij het keurmerk. "Je hebt een gestructureerde aanpak nodig waar iedereen bijdraagt vanuit zijn eigen rol", zegt Van Doorne. "Dit betekent dat elk aspect van de veiligheid, van preventie tot handhaving,





gezamenlijk wordt aangepakt. Dit wordt allemaal vastgelegd in heldere afspraken, die iedereen verplicht is om na te komen.”

Preventie speelt een belangrijke rol binnen het KVO. Van Doorne benadrukt dat ondernemers zelf veel kunnen en moeten doen om criminaliteit te voorkomen. Voorkomen is beter dan genezen. “Als je je deur open laat staan, moet je niet verrast zijn als er een keer een dief binnenkomt.” Echter, de verantwoordelijkheid voor repressie, zoals het optreden tegen overtreeders, ligt uitsluitend bij de overheid. “Het is van belang dat preventie en repressie in balans zijn”, voegt zij toe. “Een goede samenwerking tussen ondernemers en overheidsdiensten is hierbij essentieel, want repressie zonder preventie is dweilen met de kraan open en met alleen preventie zonder repressie ben je een ‘tandeloze tijger.’”

DIRECT VOORDEEL

Elk gebied heeft zijn eigen veiligheidsuitdagingen. Of het nu gaat om drugsgelateerde criminaliteit, inbraken of overlast door hangjongeren, het KVO biedt een framework dat is aangepast aan de lokale context. De vernieuwing van het keurmerk bevat drie specifieke uitwerkingen: winkelgebieden, bedrijventerreinen en buitengebieden. Van

Doorne legt uit dat de handboeken ook worden geactualiseerd wanneer dat nodig blijkt. “We passen ze aan wanneer nodig, om in lijn te blijven met de veranderende marktvaag en soorten criminaliteit.”

Van Doorne wil daarnaast benadrukken dat de financiële kosten van het KVO nooit een drempel mogen zijn voor veiligheid. “Een veilig ondernemersklimaat is voor elke onderneming rendabel, maar financiële drempels om met het keurmerk te starten, mogen nooit leiden tot veiligheidsrisico's. Wanneer de middelen beperkt zijn, kan het PVO adviseren en ondersteunen, zodat elk gebied de veiligheid kan verbeteren. Daarnaast levert het ook direct voordeel, omdat verzekeraars premiekorting geven bij bezit van het keurmerk.”

Met het Keurmerk Veilig Ondernemen maak je aan de voorkant sluitende afspraken met elkaar. Er zit ook een tijdpad in om te komen tot een betere veiligheid. Karijn van Doorne besluit: “Met het KVO versterken ondernemers hun samenwerking en band met de overheid. Daarmee ga je elkaar ook vinden op andere dossiers. Door in te zetten op dit keurmerk, draagt elke ondernemer bij aan een veilige en bloeiende omgeving, zowel vandaag als morgen.”

RIVIERENLAND

FIT IN BUSINESS

BUSINESS

REGIONAAL ZAKENMAGAZINE



Fit in Business

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

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

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

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

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

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

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





Cosyclub Juliën

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



Healthclub Juliën

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



Uniek Fitness Ammerzoden

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



Sport & Fitness Geldermalsen BV

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



Inspire Fitness Club

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

van munster media factory

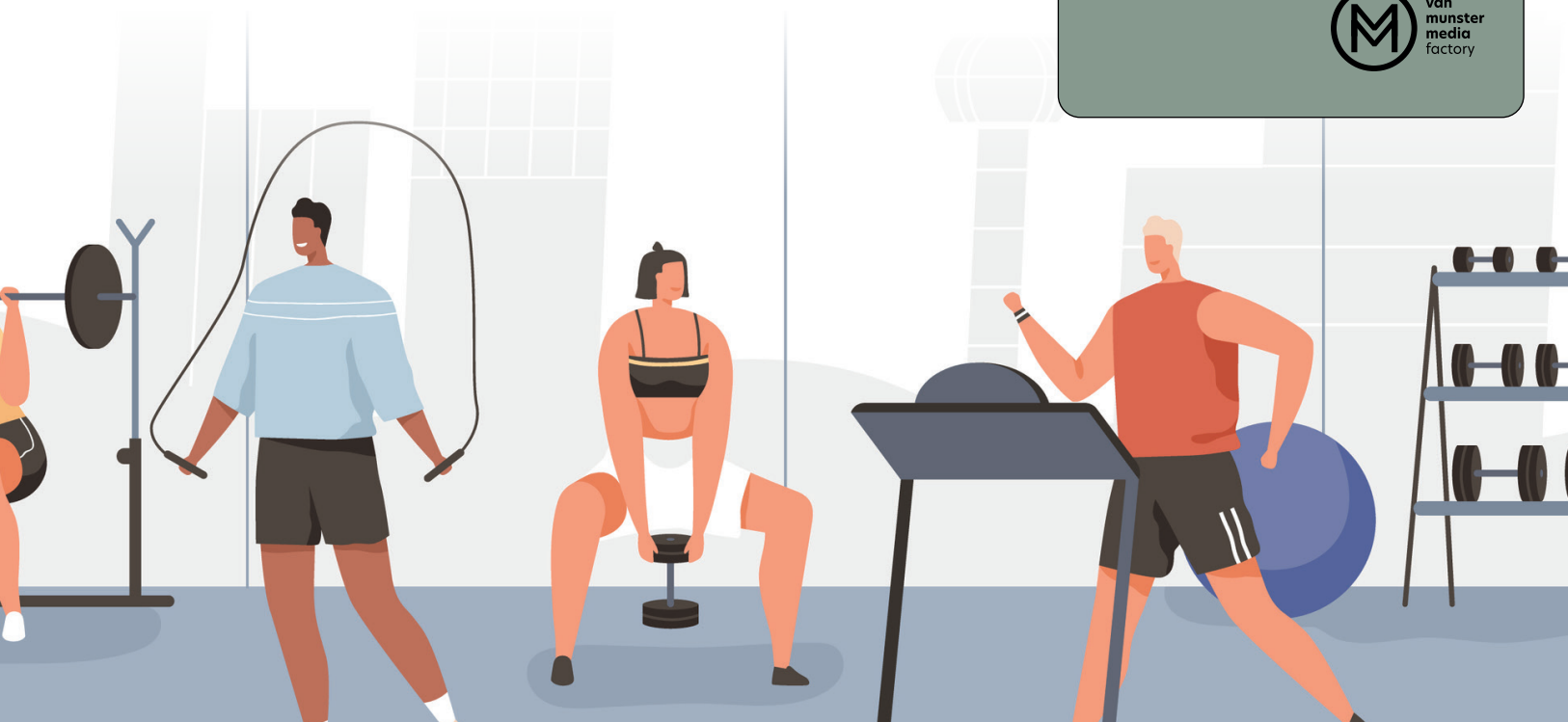
>Wij zijn factory.

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

>Ontdek alle mogelijkheden

www.vanmunstermedia.nl | info@vanmunstermedia.nl

van munster media factory





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!

GEEF JE OP VOOR DE ZAKENAUTOTESTDAG VAN RIVIERENLAND BUSINESS

Ben je je aan het oriënteren op een nieuwe zakelijke (elektrische) auto? Onze Zakenautotestdag die in augustus plaatsvindt biedt jou de ideale gelegenheid om meerdere merken en modellen auto's te testen en te netwerken met collega-ondernemers uit de regio!

WAT HOUDT HET IN

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

AANMELDEN

Ben je zakelijk actief in de regio Rivierenland en je aan het oriënteren op een nieuwe lease-auto? Ben je van plan om binnen circa een half jaar na de testdag een auto aan te schaffen? Dan is onze Zakenautotestdag het perfecte event voor jou. Deelnemen aan de testdag is bovendien kosteloos. Voor meer informatie en aanmelden:

www.rivierenlandbusiness.nl/autotestdagen



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



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

DE OS & HET PAARD
BOUTIQUE HOTEL

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

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

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

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

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

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



LEGO LAMBORGHINI

GEBLOKTE ITALIAAN

LEGO legde al eerder de Lamborghini Sián FKP 37 en Lamborghini Huracán Tecnica in de wereldberoemde blokjes vast. Nu is het de beurt aan de Countach. De LEGO Icons Lamborghini Countach 5000 Quattrovalvole bestaat uit 1.506 steentjes die zich na uren bouwplezier tot een 34 centimeter lange en 16 centimeter brede Italiaan vormen. LEGO zorgt ervoor dat de portieren zich verticaal openen, dat de besturing werkt én dat je een kijkje kunt nemen bij de V12-motor. Precies 179,99 euro kost het bouwpakket.

[lego.com](https://www.lego.com)



MCLAREN E-BIKE COLLECTIE

KRACHTPATRSERS

Zo sportief als de automodellen van McLaren zijn, zo krachtig is de nieuwe reeks e-mountainsbikes van het Britse merk. Je kunt namelijk kiezen uit de Sport of Extreme, allebei voorzien van een elektromotor die 250 watt levert. Het koppel komt zo uit op liefst 121 Nm. Omdat de Sport het lichtste is van de twee, heb je 18 watt per kilogram fiets beschikbaar. Toch wat meer power? Beide modellen zijn ook nog leverbaar met een imposante 600-watt motor. Het piekvermogen loopt zelf op tot een ongekende 852 watt. De ontwerpers van McLaren investeerden trouwens meer dan duizend uur in het design van het lichtgewicht koolstofvezel frame. Het prijskaartje valt nog mee: de McLaren Sport 250 begint bij 8.400 euro.

[mclarenbikes.com](https://www.mclarenbikes.com)



MORGAN MIDSUMMER ROADSTER

LIEFDESBABY

Laat de twee oudste carrosseriebouwers ter wereld samenwerken en je komt tot de mooiste resultaten. Zie hier de Morgan Midsummer: de 'liefdesbaby' van Morgan Motor Company en Pininfarina. De dakloze Midsummer volgt het karakteristieke barchetta-design en heeft het CX-Generation Bonded Aluminium Platform van de Britse autobouwer als basis. Onderhuids is er gewinkeld bij BMW, waarna de zescilinder-in-lijn turbomotor gekoppeld is aan een achtraps automatische transmissie. Aan manuren is niets bespaard. Zo spenderen Morgan en Pininfarina alleen al 250 uur aan het vervaardigen van de handgeklopte aluminium carrosseriedelen. Een opvallend interieurdetail is het houten frame rondom, dat ook van buiten de auto duidelijk zichtbaar is. Er worden slechts vijftig stuks van de Morgan Midsummer gebouwd, waarbij de orderlijst helaas al helemaal gevuld is. De productie start in het najaar.

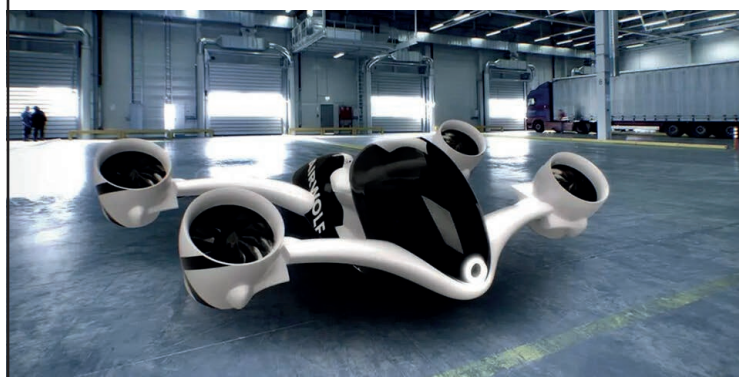
[morgan-motor.com](https://www.morgan-motor.com)

UDX AIRWOLF EVTOL HOVERBIKE

LUCHTFIETSER

Ach ja, als we ons straks massaal gaan voortbewegen in vliegende auto's, waarom zou er dan ook geen vliegende motorfiets kunnen bestaan? De Tsjechische onderneming UDX tekende maar alvast hoe zo'n motor er in de toekomst uit komt te zien. Het resultaat is de Airwolf. Het gevaarte heeft een koolstofvezel airframe en wordt volledig elektrisch aangedreven. Het dak ontbreekt, waardoor de bestuurder - eh, piloot - en bijrijder heerlijk vrij zitten. Op een volle batterij komt de Airwolf ongeveer 50 kilometer ver, waarbij de topsnelheid in het luchtledige ongeveer 225 km/h bedraagt. De 290 kilogram wegende UDX Airwolf moet in 2028 echt in productie gaan.

[udx.aero](https://www.udx.aero)



BRUTE[®]
CUSTOM JEEP BUILDERS

OWN YOUR FREEDOM. BRUTEJEEPS.COM



MULDERS.

NIJMEGEN
Weurtseweg 301, Nijmegen
024 350 3000

TIEL
Franklinstraat 2, Tiel
0344 616 147

CULEMBORG
Rolweg 45, Culemborg
0345 470 960

MULDERS-AUTOGROEP.NL

FORD EXPLORER

VANAF AUGUSTUS IN DE SHOWROOM



Maak kennis met onze nieuwe 100% elektrische SUV. Met een rijbereik tot wel 602 km*, nieuwe features en een rijke uitrusting.

VANAF € 41.450,- excl. SEPP subsidie en actie.



Prijs incl. btw en kosten rijklaarmaken. Excl. SEPP subsidie particulieren (€ 2.950,-). Afgebeelde modellen kunnen afwijken van standaard-specificaties. Informeer naar onze zakelijke aanbiedingen. Vraag naar de voorwaarden. * Rijbereik volgens wipb obv extended range RWD.

Gerritse
www.forddealer.nl

Tiel : Edisonstraat 1
Oss : Gotenweg 3
Culemborg : Wethouder Schoutenweg 1



DANIEL SEESINK (BEWUST ZOO)

Oud-docent biologie Daniel Seesink houdt met zijn lezing Professioneel Vlooiën doe je Zoo mensen aan de hand van apengedrag een spiegel voor waarin zij hun eigen gedrag zullen herkennen. Boeken via Speakers Academy.

CHIMPANSEEPOLITIEK?

In mijn vorige column besteedde ik aandacht aan het baanbrekende gedragsonderzoek wat primatoloog Frans de Waal in zijn carrière naar chimpansees en bonobo's deed. In 1982 verscheen zijn eerste boek Chimpanseepolitiek - macht en seks onder mensapen. In 2022 zijn laatste, getiteld Anders - gender door de ogen van een primatoloog.

Dat chimpansees en bonobo's dichter bij ons mensen staan dan de gorilla of de orang oetan bij deze twee mensapen staan, verklaart mede dat wij juist in deze twee soorten zoveel gelijkenis met de mens zien. De sociale groepsdynamiek is vergelijkbaar, net als de opvoedtijd van de kinderen en de organisatiestructuren. Al deze overeenkomsten maken het voor mij zo interessant om mensen in de spiegel van hun eigen gedrag te laten kijken door tijdens lezingen het gedrag van de mensapen voor te houden. En wat zou ik dat graag doen bij het aanstaande kabinet. Onze nieuwe premier en minister van Landbouw heb ik al eens in die spiegel mogen laten kijken. En wat was dat leuk, dus wie weet.

Tijdens diverse hoorzittingen lieten de aanstaand ministers zich eind juni van hun persoonlijke kant zien. De meest interessante (nieuwe) hobby's kwamen voorbij, weet je nog? Maar ook verhalen over het verleden van een aantal beoogd bewindslieden maakten indruk. Cineast Bert Haanstra legde in de jaren tachtig het gedrag van de chimpansees in Burgers' Dierenpark in Arnhem vast. Hij vond het onderzoek van Frans de Waal zo interessant dat hij hun verhaal graag wilde vastleggen. Het duurde weken voordat hij de verschillende apen persoonlijk beter had leren kennen. Haanstra slaagde er in om - mede door het eerst leren kennen van de apen - een aantal zeer kenmerkende gedragingen vast te leggen. Hij maakte er zijn film "Chimps onder elkaar" mee, een prachtig beelddocument.

En hoe vaker ik naar de beelden kijk, hoe meer ik de overeenkomsten met onze politici zie. Niet alleen moet een gezamenlijk doel worden gediend, ook partijbelangen en individuele belangen spelen een grote rol. Politiek is een boeiend spel waarin door de apen telkens opnieuw steun moet worden gezocht, waar ontzettend veel gevlooid moet worden en waar de leiders regelmatig over hun eigen schaduw moeten stappen om iets voor elkaar te krijgen. Het zijn net mensen. En voor het complete plaatje moeten ook de apen hun empathisch vermogen inzetten en meer van zichzelf laten zien dan alleen macht en kracht. Zo kon mannetje Nikki in de film van Haanstra zijn ambities om de alfaman te zijn alleen waarmaken dankzij de steun van voormalig alfaman Yeroen. Want waar Nikki niet gesteund werd door de belangrijke alfavrouw Mama, werd Yeroen dat wel. En zonder steun van Mama geen meerderheid. Via Yeroen kreeg Nikki die meerderheidssteun alsnog. Maar voor wat, hoort wat. Dus Nikki moest Yeroen af en toe een dienst terug bewijzen. Geven en nemen dus. Laten wij de politici van nu een kans geven om er het beste van te maken. Zij geven, wij nemen.

En wat betreft het volgende kabinetsuitje; dat wordt natuurlijk een dagje kijken naar chimpanseepolitiek. Ik ben er klaar voor.

Aanbevolen locaties



Herberg De Engel

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



Restaurant La Provence

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



SALSA, catering op locatie

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



De Twee Linden

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

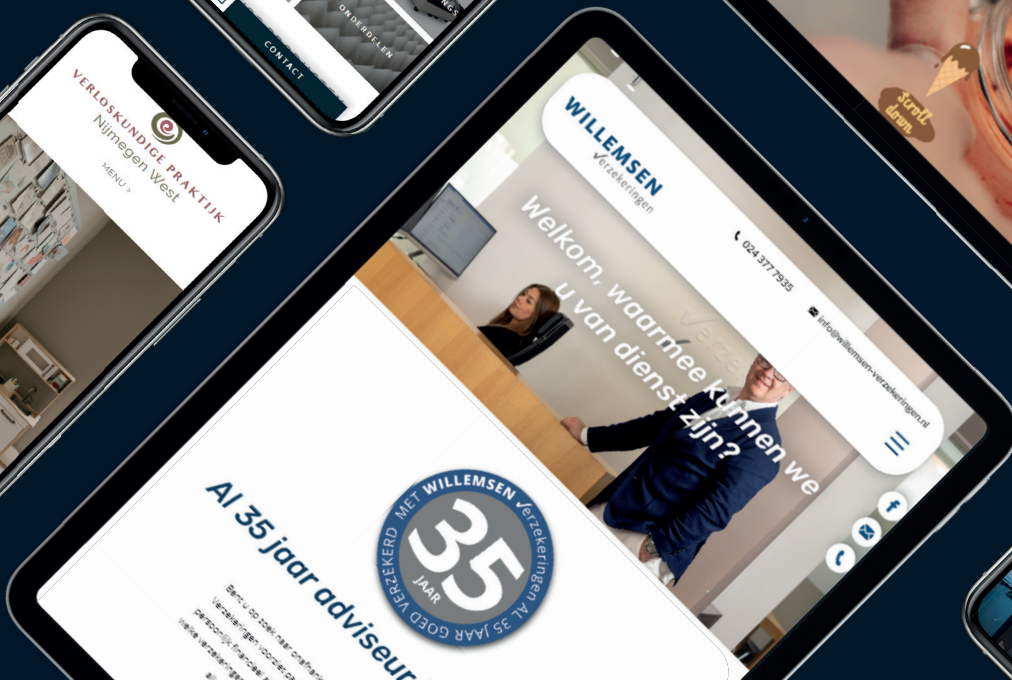
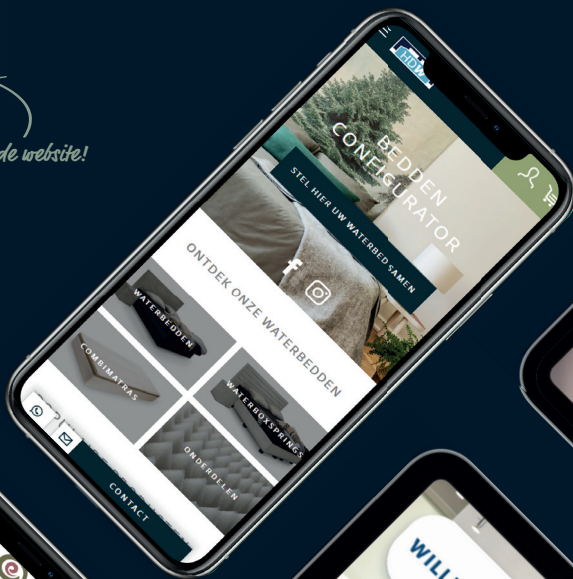


» Toe aan een nieuwe website?

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



Check de website!

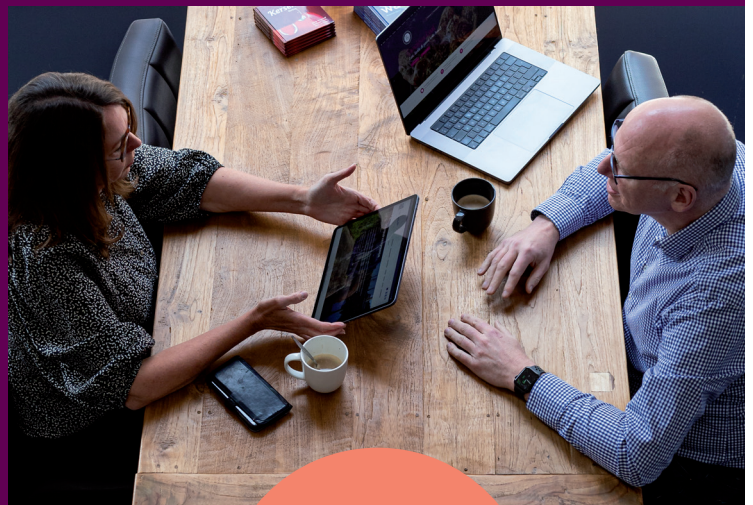


De route naar groei van je onderneming

Zoek je naar manieren om je omzet te verhogen? Klaar om je marketingstrategieën een niveau hoger te tillen? Ontdek ons op maat gemaakte Groei Traject, **jouw sleutel tot ongekend groeipotentieel.**

Start met een strategische groeisessie en leg de basis voor blijvend zakelijk succes. Onze expertise en toewijding aan jouw ontwikkeling staan garant voor concrete resultaten. Neem vandaag nog de stap en laat ons samen jouw bedrijf naar nieuwe hoogtes stuw.

Bezoek www.spijkerenco.nl voor meer informatie en **zet de groei van jouw onderneming in gang!**



Start met
een marketing
groeisessie

SPIJKERENCO
branding • marketing • webdesign