

Office

Dit document wordt u aangeboden door:

Office Magazine.nl

[klik hier voor meer artikelen](#)

Multimediaal vakblad voor kantoorinrichting, -organisatie & facilitair management

Jaargang 7 - 2012 - nr1 - Officemagazine.nl

Thovip BV Kabelmanagement & Ergonomische producten

'Alles voor een optimale werkplekinrichting'

Met Pritt Stick blijf je gegarandeerd langer plakken... -
Toegevoegde waarde in optima forma- De toekomst is groen

DESIGN FOR LIFE

Producten van Bisley combineren tijdloze stijl, innovatief design, kwaliteit en duurzaamheid. Met Bisley is uw archief opgeruimd!

BISLEY

First choice for workplace storage

www.bisley.com Tel.: 013 463 06 62

BISLEY

De perfecte combinatie



CPU houders



Electrificatie



Ergonomische producten



Kabelgeleiding



Cablemanagement



Scheidingswanden en Akoestiek



TFT monitorarmen



Verlichting



Werkplek accessoires

Full service en product supplier voor onze partners met een breed assortiment producten en diensten voor op en rond de werkplek. Dit met gemotiveerde en hardwerkende mensen met kennis van zaken.

DE VOS GROEP
de partner voor uw werkplek

Meer weten?
verkoop@devosgroep.nl
Informeert ook naar onze uitgebreide productcatalogus.

Hoofdveste 15
Postbus 66
3990 DB Houten

T 030 - 63 56 000
F 030 - 63 50 777
www.devosgroep.nl



DE VOS GROEP
ergonomics





Prof. dr. Peter Vink

Geniet van een rondje HNW

Het is zo heerlijk wanneer er een stukje werk af moet en je kunt thuis en onderweg gewoon bij alle documenten. Dit genot wordt nog groter wanneer je iemand spreekt, die de maaltijd thuis moet missen omdat er alleen op het kantoor toegang tot alle documenten is. De volgende dag mist deze figuur ook de maaltijd vanwege de file. Het is de vraag waarom deze figuur nog bij deze werkgever blijft, want de persoon in kwestie kan de dag erna de kinderen niet naar school brengen vanwege de werktijden. Oma's regelen voor het wegbrengen is een irritante extra regelklus, waar je 's avonds ook niet op zit te wachten en dat moet deze figuur toch doen tijdens het favoriete televisieprogramma. Hier even bij stilstaan maakt het leven aangenaam. Anderen zijn in diepe misère en jij kunt gewoon werken waar en wanneer je wilt als je je uren maar maakt. De geneugten van HNW dompelen je in diepe weldaad.

Op het IEA 2012 congres in Brazilië was er een symposium NWW (New Ways of Work). Nederland is dus niet uniek in HNW. In Scandinavië en de USA speelt deze HNW ontwikkeling ook. Het is echter niet alleen maar een verbetering. Vooral het niet hebben van een eigen werkplek, geen goede thuiswerkplek en nieuw management zijn nadelen, die internationaal worden genoemd. Personificatie kan bijna niet en het instellen van de werkplek en geen opbergruimte zijn zorgen. Voor thuis is de goede ergonomische werkplek (de keukentafel?) een knelpunt en het afstand nemen van het werk lukt soms niet. Eén medewerker loste dit op door een rondje rondom het huis te lopen om daarna de werkkamer in te gaan. Na het werken liep hij weer een rondje en ging het huis weer in. Het is me niet helemaal duidelijk geworden welk probleem wordt opgelost, maar er speelde zich iets in de bovenkamer af, denk ik. En dan bedoel ik niet de bovenkamer van het betreffende huis. Managementstijl past ook nog niet bij het nieuwe werken. Eigenlijk opvallend dat al deze zaken ook in meer of mindere mate in Nederland spelen. Ik heb alleen nog niet gecheckt of er gegevens beschikbaar zijn bij het CBS of een andere instantie in Nederland over hoeveel mensen rondjes rond hun huis lopen en of dat de laatste jaren significant is toegenomen, maar laat het HNW genot toch maar lekker overheersen.

Na regen komt Zonneman...

Tel: 030 711 66 80
info@werkplekzonneming.nl
www.werkplekzonneming.nl

**ZONE
MAN**

**Van Voorst
projectdienst**
uw partner voor de gehele stoffering

- renovatie dekvloeren
- egalisaties
- tapijten
- linoleumvloeren
- kunststof vloeren
- raamdecoraties
- zonwering

Elleboog 13
6713 KP Ede
Postbus 373
6710 BJ Ede
Tel. 0318 - 62 15 77
Fax 0318 - 63 51 60
voorst@vanvoorst.nl
www.vanvoorst.nl

Pudding

Veel trends en rages hebben de eigenschap om op een gegeven moment door te schieten. In het weekend van 3 en 4 maart werd de eerste Apple store in Nederland geopend, en het schijnt dat mensen al enkele dagen vóór die opening op de stoep hebben gebivakkeerd om maar als eerste dat (voor hen) heiligdom te mogen betreden. Wat die Apple store blijkbaar zo onderscheidt van een 'gewone' ICT-winkel, is het feit dat je daar de spullen mag bepotelen, uitproberen. En dat het ruimschoots aanwezige personeel speciale trainingen heeft gevolgd op het gebruik van die i-spullen zodat ze je uitstekend van advies kunnen dienen.

Gezien het succes van deze aanpak zou je mogen verwachten dat veel meer aanbieders - en niet alleen van computers - dit soort service zouden verlenen aan hun potentiële klanten. Want vaak weet je pas wat je aan een product hebt als je er een tijdje mee gewerkt hebt. Of zoals de Engelsen zeggen: the proof of the pudding is in the eating. Dat geldt niet alleen voor producten, ook voor manieren van werken. De rage van dit moment is Het Nieuwe Werken. Veel mensen beschouwen Het Nieuwe Werken nog steeds als synoniem voor thuiswerken, maar dat is het dus beslist niet. Het kan er wel een aspect of onderdeel van zijn, maar HNW is veel meer.

Onlangs zijn er stemmen opgegaan die bedrijven verplicht willen stellen om thuiswerken mogelijk te maken voor mensen die daarvoor in aanmerking komen. Persoonlijk vind ik dat weer een beetje te ver gaan. Natuurlijk heeft HNW veel goede kanten, en in het ideale geval biedt het mensen de keuze om te werken waar en wanneer dat hen uitkomt. Maar als je het gaat verplichten zal dat gegarandeerd op weerstand stuiten, niet in het minst omdat Hollanders niet zo van keurslijven houden. Wat dus beter zou zijn is het instellen van een soort proefperiode waarin de medewerkers kunnen uitproberen of die nieuwe manier van werken wel bij hen past. Net zoals je beter een nieuwe bureaustoel wat langer moet kunnen uitproberen om te ondervinden of die wel zo perfect is als in de showroom het geval leek. Net zoals bij het langere tijd uitproberen van stoelen of ander meubilair is het met manieren van werken echter het probleem dat daarvoor geen tijd en/of geld is. En daarom worden stoelen en nieuwe manieren van werken klakkeloos en zonder inspraak ingevoerd - met als gevolg dat de stoel op een gegeven moment 'ineens kapot' gaat, en HNW de prestaties drastisch verlaagt. Dan schiet je je doel voorbij, alleen maar om te kunnen roepen dat je modern en flexibel bent.

Hans Hoof
Hoofdredacteur

Agenda

14 maart Amsterdam
Telecom Expense Management 2012
www.tem.heliview.nl

20 maart Ede
Document & Workflow Management 2012
www.document.heliview.nl

15 - 20 april Frankfurt
Light & Building
www.messefrankfurt.com

3 - 16 mei Düsseldorf
drupa
www.drupa.de

8 - 11 mei Amsterdam
ISSA/Interclean
www.servicemanagement.nl

7 - 9 juni Zaandam
Design District (voorheen 100% Design)
www.designdistrict.nl

3-4 oktober Assen
Facilitaire Vakbeurs
www.cno-expo.nl

23 - 27 oktober Keulen
Orgatec
www.orgatec.de

31 oktober - 1 november Utrecht
InfoSecurity / Storage Expo
www.infosecurity.nl

13 - 16 november Utrecht
ICT en Logistiek
www.ict-en-logistiek.nl

“De afgelopen jaren heeft de bouwsector zich volop op de trend van duurzaamheid geworpen. De ironie van dit streven was dat een gebouw kon worden geklassificeerd als ‘groen’, of zelfs ‘milieuvriendelijk’, terwijl het beslist niet in de categorie ‘duurzaam’ zou mogen vallen.”

8 Coverstory: Alles voor een optimale werkplekinrichting

Met ruim twintig jaar ervaring in kabelmanagementproducten is Thovip BV uit Tegelen inmiddels uitgegroeid tot een belangrijke leverancier van producten zoals kabeldoorvoeren, kabelbeugels, cable grips, kabelslangen en meer. Ook op het gebied van ergonomische oplossingen timmert het bedrijf flink aan de weg.

12 Gemotiveerde verandering

Het kantoor is constant onderhevig aan verandering: het werk verandert, de mensen veranderen, de manier waarop we werken verandert. Op zich een goede zaak, maar die veranderingen kunnen er wel voor zorgen dat de bedrijfsprocessen onnodig vertraging oplopen, of zelfs helemaal stil komen liggen. Daarom moet elke verandering doordacht en gestuurd worden. Maar wat nogal eens wordt vergeten, is het verwerven van de betrokkenheid van de personen die direct met die verandering te maken hebben.

29 Gagarandeerd langer plakken

Wie is er niet mee opgegroeid? De Pritt Stick! Deze lijmstick is sinds 1969 een waar begrip. Naast de maanlanding van Neil Armstrong is het ontstaan van deze lijmstick misschien wel de tweede belangrijkste gebeurtenis van dat jaar. Afgelopen najaar heeft Pritt een verbeterde lijmformulatie en een aantrekkelijk nieuw design op de markt gebracht. De sterkste Pritt Stick tot nu toe!

49 Toegevoegde waarde in optima forma

Eenvoudig gezegd is GO Telecom distributeur voor resellers die een focus hebben op Unified Communications, telecommunicatie en automatisering, data- en mobiele communicatie en audiovisuele integratie.” Natuurlijk, dat is het bedrijf óók, maar ‘dozen schuiven’ alleen, daar is GO Telecom niet van. Toegevoegde waarde is het toverwoord. “En met ons nieuwe partnerprogramma GO Together moet die toegevoegde waarde alleen nog maar groter gaan worden”, aldus Commercieel Directeur Jean-Paul Weterings.

68 De toekomst is groen

Gebouwbeheersystemen gaan goede relaties met elkaar aan. Terecht: open data protocollen kunnen een significante bijdrage leveren aan de duurzaamheid van vastgoed.



16



44

Een uitgave van:
MVM Producties b.v.
Postbus 6684
6503 GD Nijmegen
Kerkenbos 12-26c
6546 BE Nijmegen
t: 024 - 3 738 505
f: 024 - 3 730 933

UITGEVER

Michael van Munster

DRUKWERK

Balmedia b.v., Schiedam

HOOFDREDACTIE

Hans Hoof



MEDEWERKERS

Jessica Scheffer, Teun van Thiel, Sofie Fest

VORMGEVING

Joost Franken, Jan-Willem Bouwman

ADVERTENTIE EXPLOITATIE

Van Munster Media B.V.

Simone Brands t: 024-3738502

Aysun Saruhan t:024-6421917

Advertentietarieven: op aanvraag

ABONNEMENTEN

t: 024 - 3738 505

COVERSTORY

Thovip

Abonnementen kunnen op elk gewenst tijdstip ingaan.

Alle abonnementen hebben een looptijd van één jaar en worden automatisch verlengd, tenzij de abonnee uiterlijk 3 maanden voor verstrijken schriftelijk opzegt. Abonnementsprijs per jaar 39 euro excl. btw.

COPYRIGHTS

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

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



Verder in deze editie

- | | | | |
|----|---|----------------|--|
| 4 | column Peter Vink | 46 | Hamelin - Unilux |
| 5 | agenda | 52 | Desktop virtualisatie: het IT-ei van Columbus? |
| 16 | Zet je goed | 55 | Virtueel werkt echt |
| 19 | Boeken | 56 | Forum MFP's |
| 20 | Het flexibele kantoor | 62 | Draagbaar en veilig |
| 22 | C2C ExpoLab | 66 | Sociale netwerken zijn een must |
| 28 | De Vos Groep: Chessman: de mens als Koningin van het spel | 73 | Catering bedrijfsrestaurant - voedseluitgavesystemen |
| 32 | Beurs Paper & Convenience Show | 76 | Vakbeurs Facilitair |
| 34 | Quantore: Niet zomaar een velletje papier... | 78 | Landhuis Duckenburg |
| 38 | Papier is best handig - forumverslag | 80 | Reacties stelling catering / automaten |
| 42 | Mythes over papier ontkracht | | |
| 44 | Sappi ISO50001 - Nederlandse papiersector wereldwijd koploper in energiemangement | 15, 47, 48, 61 | Kort nieuws |



Mike Sanders, salesmanager van Thovip BV.

Thovip BV Kabelmanagement & Ergonomische producten

‘Alles voor een optimale werkplekinrichting’

Met ruim twintig jaar ervaring in kabelmanagementproducten is Thovip BV uit Tegelen inmiddels uitgegroeid tot een belangrijke leverancier van producten zoals kabeldoorvoeren, kabelbeugels, cable grips, kabelslangen en meer. Ook op het gebied van ergonomische oplossingen timmert het bedrijf flink aan de weg. “Wij zorgen ervoor dat de werkplek facilitair technisch, ergonomisch en esthetisch in orde is”, aldus Mike Sanders, salesmanager van Thovip BV. **Fotografie** Karim de Groot

Iedereen zal het bekend voorkomen; snoeren die ongeordend rondom de werkplek slingeren. “Je komt de gekste dingen tegen”, vertelt Mike Sanders. “Van een kabelhaspel die met tape is vastgebonden aan de poot van een tafel kijken wij al niet meer op. Wat veel mensen echter niet beseffen is dat het niet alleen onnodige stofnesten zijn, maar dat er op deze manier ook een onveilige situatie ontstaat. Denk bijvoorbeeld aan kortsluiting. Daarnaast loop je het risico op dataverlies.”

Diverse soorten en maten

Het assortiment kabelmanagementproducten is enorm bij Thovip BV. Cablegrips, kabelklemmen, kabelslangen en kabeldoorvoerdozen zijn er in diverse soorten en maten. “Laatstgenoemde zijn in diverse materialen

en afwerkingen leverbaar zoals aluminium, metaal en kunststof in diverse kleuren. Wij bieden voor elk wat wils. Zowel qua smaak, maar ook wat budget betreft. Eigenlijk geldt voor al onze producten dat iedereen hier iets van zijn gading kan vinden.”

Naast het kabelmanagement is elektrificatie een belangrijk onderdeel van Thovip BV. “De elektrificatiemodules zijn onderverdeeld in opbouw, inbouw en onderbouw”, legt hij uit. “Natuurlijk kun je ervoor kiezen om in de bouwmarkt een stekkerblok aan te schaffen, maar onze stekkerblokken voldoen aan de strengste normen. Zo werken wij met GST18 aansluitingen. Deze aansluitingen zijn VDE, KEMA etc. gekeurd en in z’n geheel geschikt voor 250/400V, 16A. De snoeren zijn alleen in 1,5 en 2,5mm² leverbaar.”

Het assortiment kan onderverdeeld worden in zeven groepen:

- Kabelmanagementproducten
- TFT Monitorarmen
- CPU-houders
- Elektrificatie
- (Akoestische) Scheidingswanden
- Werkplekverlichting
- Ergonomische producten



Ergonomische oplossingen

Omdat er naast het assortiment kabelmanagementproducten steeds meer vraag vanuit de markt ontstond naar ergonomische oplossingen is het assortiment van Thovip BV in de loop der jaren uitgebreid met een ruime keuze aan CPU-houders, TFT monitorarmen, toolbarsystemen en overige ergonomische oplossingen. “Het besef van het belang van een goede ergonomie op de werkplek is absoluut groeiende binnen het bedrijfsleven”, belicht hij. “Toch zien we nog regelmatig kantoren waar een monitor door middel van telefoonboeken of een stapel papier opgehoogd wordt. Doordat de monitor niet op de juiste hoogte staat, kunnen oogklachten ontstaan, maar ook nek- en rugklachten. Een TFT monitorarm biedt hiervoor de perfecte oplossing, doordat deze in hoogte verstelbaar is en precies op de persoon die ervoor zit afgestemd kan worden. Onze service gaat verder dan alleen de verkoop van het juiste product. Goed advies hoort daar ook bij.”

Mike Sanders benadrukt dat Thovip BV groothandel/importeur en distributeur is en geen dienstverlener. “Wij hebben er bewust voor gekozen om zelf geen montage en aansluitingen te verzorgen. Wel kunnen we de klant de nodige ondersteuning bieden bij het vinden van de juiste partner. Zo heeft de klant het beste van twee werelden zonder onnodige extra kosten/toeslagen.”

Overzichtelijke showroom

Alle producten van Thovip BV staan opgesteld in de ruime en overzichtelijke showroom in Tegelen. Wat direct opvalt zijn de scheidingswanden. “Scheidingswanden kunnen voor diverse doeleinden toegepast worden, bijvoorbeeld voor het opsplitsen van een ruimte of het bieden van privacy, maar ook voor het dempen van geluid. Onze akoestische scheidingswanden zijn bijvoorbeeld heel goed in te zetten





Cup-a-Soup **EXTRA**.

Dan kun je er weer eXtra
stevig tegenaan.

NIEUW!
EXTRA GEVULD



Cup-a-Soup EXTRA bevat niet alleen eXtra veel soep, hij is ook eXtra stevig gevuld met pasta. Verkrijgbaar in twee heerlijke smaken.





bij callcenters, waar heel veel mensen in één ruimte tegelijkertijd aan het bellen zijn.”

De scheidingswanden zijn er in allerlei denkbare stijlen. “Je brengt veel tijd door op kantoor en daarom is het belangrijk dat je je prettig voelt op de werkvloer”, aldus Mike Sanders. “De tijd dat kantoren er grauw en grijs uitzagen is grotendeels voorbij. Tegenwoordig zie je ook veel frisse kleuren toegepast worden op kantoor. Bij ons kan er dan ook wat scheidingswanden betreft gekozen worden voor een stijl die past bij het desbetreffende kantoor. Wij bieden diverse stoffen, formaten en kleuren. Zelfs de ritssluiting of de zoom kan in een contrasterende kleur geleverd worden. Ook kan de klant ervoor kiezen om de scheidingswand te laten bedrukken met een fotoprint. Daarnaast variëren de soorten: van een tafelwand en een staand scherm tot een wand die je aan de muur kunt hangen.”

In de showroom, die sinds kort nog verder uitgebreid is met diverse nieuwe producten, kan de klant alles goed bekijken en uitproberen. “Natuurlijk bezoeken wij ook (potentiële) klanten, maar in onze showroom kunnen de producten nog beter door de klant zelf ervaren worden. Hier kunnen we bijvoorbeeld demonstreren dat ons brede assortiment TFT monitorarmen en werkplekverlichtingen multifunctioneel is. Onze productenrange groeit nog steeds, aangezien wij het belangrijk vinden om in te spelen op de vraag vanuit de markt en samenwerken met gerenommeerde partners in Europa.”

4.000 Vierkante meter magazijn

Wat je niet zou verwachten wanneer je voor de entree van Thovip BV in Tegelen staat, is dat er achter het pand een enorm magazijn van 4.000 vierkante meter schuil gaat. “Wij hebben ontzettend veel voorraad,

ISO gecertificeerd

Thovip BV heeft in de loop der jaren verschillende initiatieven en activiteiten ondergebracht in een zorgsysteem volgens de normen NEN-EN-ISO 9001:2008.

waardoor deze artikelen de volgende dag bij de klant in huis kunnen zijn. Indien producten niet op voorraad zijn kunnen wij zeer korte levertijden hanteren”, zegt Mike Sanders. “Bovendien zijn we heel vooruitstrevend op het gebied van automatisering. Zo kunnen wij producten op verzoek van de klant van een eigen barcode voorzien. Ook bieden wij de mogelijkheid om voorraad te houden en werken wij met orders op afroep. Dit is bijvoorbeeld handig voor bedrijven die niet de ruimte hebben om de bij ons bestelde producten op te slaan.” “In de loop der tijd is er steeds meer vraag ontstaan naar producten die uiteindelijk kunnen worden hergebruikt”, vervolgt hij. “Wij hebben ook TFT monitorarmen die CO2 neutraal geproduceerd worden, scheidingswanden voorzien van een jute stoffering, die honderd procent recyclebaar zijn en daarnaast een aantal kabelslangen die van biokunststof zijn vervaardigd. Ook wij willen ons steentje bijdragen aan maatschappelijk verantwoord ondernemen.” ■

Thovip BV - Julianastraat 10 - 5930 AC Tegelen - T. 077-373 04 40
F. 077-373 70 07 - info@thovip.nl - www.thovip.nl



Gemotiveerde verandering

Het kantoor is constant onderhevig aan verandering: het werk verandert, de mensen veranderen, de manier waarop we werken verandert. Op zich een goede zaak, maar die veranderingen kunnen er wel voor zorgen dat de bedrijfsprocessen onnodig vertraging oplopen, of zelfs helemaal stil komen liggen. Daarom moet elke verandering doordacht en gestuurd worden. Maar wat nogal eens wordt vergeten, is het verwerven van de betrokkenheid van de personen die direct met die verandering te maken hebben.

Als er eenmaal besloten is tot het opnieuw inrichten van de kantooromgeving, heeft dat gevolgen voor de gehele organisatie. Want een échte verandering heeft zijn weerslag op - en vereist betrokkenheid van - alle gebieden: financiering, huur, ontwerp en bouw of verbouwing. Wat echter te vaak vergeten wordt, is de impact die elke verandering heeft op de medewerkers. Een van bovenaf opgelegde verandering is daarom vaak gedoemd te mislukken.

Trends

Een besluit tot verandering in de werkomgeving kan worden ingegeven door diverse zaken. Denk aan fusie/overname, herstructurering van het medewerkersbestand (mooie naam voor inkrimping), aanpassing aan sociaal-maatschappelijke trends (Het Nieuwe Werken), nieuw- of verbouw, nieuwe directie, enzovoort. In alle gevallen leidt een besluit tot verandering tot een herinrichting van de werkplekken. Nog veel te vaak wordt echter 'vergeten' om de

gebruikers van die werkplekken bij de veranderingen te betrekken, wat logischerwijze leidt tot een gebrek aan betrokkenheid van die werknemers bij de nieuwe werkwijze. En zo kan een schitterend ontwerp een negatieve impact hebben op de moraal van de werknemers, en dus van de bedrijfscultuur en de productiviteit. Zeker voor de gemiddelde Nederlander geldt: alles wat mij van bovenaf wordt opgelegd zonder mijn mening te vragen, heeft per definitie niet mijn steun.

Ontwerp vanuit de mensen

In het ideale geval wordt binnen een organisatie een team samengesteld dat de veranderingen moet sturen en begeleiden. Dat is het minste wat moet plaatsvinden wil er enige betrokkenheid ontstaan bij de medewerkers. Dit projectteam is een dwarsdoorsnede van de gebruikers, en heeft zeer intensief contact met de interieurarchitect. (We gaan er overigens maar even van uit, voor het gemak, dat de verandering alleen betrekking heeft op de inrichting, niet op het gebouw – dit zou dit artikel drie keer zo lang maken.) Want je kunt niet van een interieurontwerper verwachten dat die een werkomgeving creëert die zowel aan de individuele behoeftes van de medewerkers voldoet als aan de strategische doelen van de organisatie, als het ontwerp niet tot stand komt door betrokkenheid van alle partijen en de plannen niet vanaf het eerste moment worden gecommuniceerd.

Efficiënt proces

Een slecht georganiseerde verandering kan leiden tot onnodige kosten, de bedrijfsprocessen ernstig verstoren en weerstand oproepen bij de gebruikers als ze geconfronteerd worden met totaal andere werkomgevingen waarbij de ontwerpers duidelijk geen rekening hebben gehouden met hun wensen – als die al genoteerd zijn. En als die afkeer van de nieuwe werkomgeving er eenmaal is, dan is die vrijwel onmogelijk om te draaien tot acceptatie. Een degelijk veranderingsproject zal van tevoren de mogelijke obstakels identificeren, een communicatieplan opstellen dat de stadia van de veranderingen opsomt, suggesties bieden voor de medewerkers hoe ze om kunnen gaan met de diverse stadia, en wat hun rol daarbij zou kunnen zijn. Met name dat laatste is belangrijk, want dit impliceert niet alleen dat de medewerkers betrokken worden bij het proces, maar geeft hen ook een bepaalde verantwoordelijkheid bij de gang van zaken: samen kunnen we het tot een succes maken.

Dat is MIJN werkplek!

Een goed ontworpen werkomgeving kan bij de gebruikers een gevoel van trots oproepen, en daarmee ook een positieve invloed

hebben op de sfeer en bedrijfscultuur. Overigens is de ontwerper, als hij zijn vak verstaat, bij zijn plannen al uitgegaan van de heersende bedrijfscultuur. Hij kan daar een vervolg op gegeven hebben (erop verder gebouwd) of die cultuur juist hebben willen veranderen omdat dit nodig was, om wat voor reden dan ook. Dat heeft natuurlijk ook te maken met de opdracht die hij krijgt. Die positieve invloed op de cultuur kan worden versterkt als de gebruikers betrokken zijn bij en een mate van eigenaarschap hebben over hun nieuwe werkomgeving en bedrijfsprocessen. Van de andere kant kan die cultuur danig verziekt worden als de mensen zich niet meer thuis voelen op hun werkplek, vanwege het ontwerp waar ze niet bij betrokken zijn, en/of de veranderde bedrijfsprocessen. Dan geldt: niet elke verandering is een verbetering. In een dergelijke situatie kan de sfeer in een negatieve spiraal geraken en gaat de productiviteit naar een minimum.

Snel en soepel

Een effectief programma dat ‘doordrenkt’ is met betrokkenheid zal intensief gebruik maken van meerdere middelen van communicatie om de gebruikers bekend te maken met in eerste instantie de aankondiging, en vervolgens elke nieuwe fase van de veranderingen. Bij die middelen kun je denken aan een soort krantje, bulletin of memo, maar ook aan een e-mail met daarin een link naar een eigen website waarop bijvoorbeeld ook een weergave van het nieuwe ontwerp kan worden geplaatst. Belangrijk is dat de medewerkers niet alleen weten wat er volgende week gaat gebeuren, maar ook wat het uiteindelijke doel is waar naar wordt gestreefd: hoe het er uiteindelijk uit gaat zien. En natuurlijk: hoe hun directe werkplek er uit komt te zien. Als die interactie er is, kan ook makkelijker worden ingespeeld op ingrijpende zaken zoals een verbouwing of (tijdelijke) verhuizing. Het doel is duidelijk, de rol van de medewerkers is duidelijk, kortom: het veranderingsproces verloopt soepel want iedereen is erbij betrokken. En het proces kan dus snel verlopen, want iedereen geeft zijn medewerking: men weet immers waar het naartoe gaat en dat die verandering leidt tot een betere omgeving,

dus een betere sfeer, dus een hogere productiviteit. Zo maak je van medewerkers stakeholders.

Communicatie, communicatie

De tools die een organisatie kan toepassen bij het bieden van communicatie naar de betrokkenen zijn legio (zie ook hierboven). Het is uiteraard afhankelijk van de aard en omvang van de organisatie welke het meest effectief zijn. Natuurlijk is ook de impact van de verandering van belang: niet elke verandering hoeft uitgebreid te worden besproken en gecommuniceerd. Maar om de samenhang (het wij-gevoel) van gehele organisatie te bevorderen, is het nuttig om ook veranderingen te communiceren naar alle afdelingen, dus niet alleen naar die afdeling waar de verandering feitelijk plaatsvindt. Van de andere kant: als die veranderingen uiteindelijk door de gehele organisatie worden doorgevoerd, is het raadzaam om alle afdelingen op de hoogte te houden van het verloop van de veranderingsprocessen bij de afdeling waar die al aan de gang zijn.

Richtlijnen

We geven enkele richtlijnen voor een effectieve communicatie:

- Communiceer de strategische doelen

Alle medewerkers dienen zicht te hebben op het ‘grotere plaatje’ van de reden voor de verandering. Waarom wordt van hen gevraagd, dagen, weken of zelfs maanden te moeten kampen met allerlei toestanden en onrust? En waarom zouden ze zich moeten neerleggen bij een andere werkomgeving of zelfs een andere manier van werken? Wat zijn de belangrijkste strategische doelen van de verandering, wat wil men bereiken? Zelfs als de beslissing tot verandering, verhuizing of herinrichting alleen op directieniveau is genomen zonder de (direct) betrokkenen daarbij te kennen, moeten zij wel weten wat de consequenties zijn van die veranderingen en waarom die beslissing is genomen.

- Stel duidelijke parameters

Betrokkenheid is niet altijd vragen wat de medewerkers wensen en te proberen die



wensen te vervullen. Normaliter zijn er enkele kwesties (budget, locatie) die eerst op een management-niveau moeten worden geregeld, omdat deze bepaald worden door strategische factoren. Een goed veranderingsprogramma dat de betrokkenheid van de medewerkers kan borgen, dient te zijn beperkt tot de zaken die de medewerkers direct raken. De parameters van die specifieke veranderingen moeten duidelijk worden gesteld en gecommuniceerd naar de betrokkenen.

- Maak de rol van het management helder

Behalve dat naar de behoeftes van de medewerkers moet worden gekeken, bevat een veranderingsprogramma ook de behoeftes van de werkomgevingen van de organisaties - en die worden bepaald door de directie en de managers. Deze twee factoren kunnen met elkaar in conflict komen. Zo kan een hecht team wensen dat het apart gezet wordt in een voor hen gereserveerde afdeling, terwijl een manager cross-team samenwerking van groter belang acht voor het totaal van bedrijfsprocessen. Het besluit welke optie de hoogste prioriteit kan worden toegekend is een interne aangelegenheid, maar de rol van het proces van het kweken van betrokkenheid is het aangeven van de mogelijke verschillen in opvattingen - en het verklaren van de motivatie daar achter.

- Nodig een breed publiek uit voor deelname

In het ideale geval (van de medewerkers uit bekeken) wordt het gehele personeels-

bestand gevraagd om suggesties te doen voor (het realiseren van) de veranderingen. In de praktijk is dit natuurlijk onbegonnen werk: zoveel mensen, zoveel zinnen. Maar alle medewerkers moeten wel de gelegenheid hebben, inspraak te leveren. Dat kan met inzet van afgevaardigden, projectgroepen en dergelijke praktisch worden geregeld.

- Stel prioriteiten

Een slecht gestructureerd (zie hierboven) betrokkenheidsprogramma leidt alleen maar tot een eindeloze lijst van voorkeuren, wensen en eisen. Behalve dat dit dus onwerkbaar is, kan het plan (als dat ooit geformuleerd wordt) ook onmogelijk gerealiseerd worden. Daarom moeten er prioriteiten worden gesteld, dat kan bijvoorbeeld door het formuleren van een raamwerk waarbinnen een bepaalde mate van speelruimte is.

- Beperk de informatie

Dat klinkt tegenstrijdig met al wat hierboven is geroepen, maar de gemiddelde medewerker wordt elke dag overspoeld met informatie van allerlei aard. Wil je als projectleider de medewerkers betrokken houden, dan moet je een middenweg zien te vinden tussen het volledig op de hoogte houden van de medewerkers alle dingetjes, en het afvinken van een voortgangslijstje. Het concept dat uitgaat van een informatievoorziening op 'need to know' basis is zo gek nog niet.

- Wijs op de resultaten van de betrokkenheid

De medewerkers kunnen sceptisch zijn over de mate waarin zij betrokken worden bij de besluitvorming en invulling van de veranderingen. Als een ontwerp eenmaal is goedgekeurd, moet de invloed die dit ontwerp heeft op de directe werkomgeving van de medewerkers aan die medewerkers worden gecommuniceerd. Wil je echt 'klantvriendelijk' zijn, dan geef je in die communicatie ook aan welke suggesties (wensen, eisen) niet worden opgevolgd en waarom niet.

Implementatie

Een gedegen veranderingsprogramma is instrumenteel bij het realiseren van een strategische verandering van de werkomgeving. Het resultaat is een kosten-efficiënte, functionele en aantrekkelijke werkomgeving die de aspiraties van de organisatie op het gebied van branding en bedrijfscultuur ondersteunt en bevordert. Speciaal samengestelde teams kunnen zorgen voor een goede voorbereiding door middel van workshops, interviews en andere tools.

Het is echter ook nuttig om achteraf, na implementatie, ook workshops en interviews te houden als een soort after-sales actie. Daarmee wordt de betrokkenheid van de werknemers nog eens extra onderstreept. ■



Voor een compleet overzicht,
zie www.kunstzaken.com/shop

Unieke kans

In een eerdere editie van OfficeMagazine.nl plaatsten we al een artikel over de zeer uitgebreide kunstcollectie van Brink Kunstzaken, waarvan een gedeelte vanwege ruimtegebrek in de verkoop kwam. Van dit gedeelte is nog een aanzienlijk aantal kunstwerken verkrijgbaar. Nog beter nieuws: de prijzen zijn verlaagd. U heeft nu dus de mogelijkheid, uw bedrijfspand (of privé-woning) tegen een relatief gering bedrag te voorzien van hoogwaardige kunst. Wat Nicolette Brink aanbiedt is Nederlandse grafiek, dus etsen, litho's, houtsneden, sjabloon-drukken, allemaal gedrukt door de kunstenaar zelf in kleine oplages.

U kunt een groot deel van de werken en de prijzen vooraf bekijken op www.kunstzaken.com/shop. Het is ook mogelijk om via de webshop te bestellen of een afspraak te maken om de werken te komen bekijken. U bent van harte welkom bij Brink Kunstzaken, Korte Waarder 33, 2415 AT Nieuwerbrug. Telefoon 0348-688072, of mail brink@kunstzaken.com.

Vandersluis collectie overgenomen

Van der Sluis Holding BV en Frapau Holding BV, moedermaatschappij van het merk Casala beide gevestigd in Culemborg, gaan hun samenwerking verder intensiveren en vergroten. Frapau Holding BV heeft per 1 januari 2012 de Vandersluis collectie overgenomen die blijft bestaan in een zelfstandige vennootschap genaamd Vandersluis BV. Met de overname van de verkoopactiviteiten van Vandersluis zegt Daan van der Winkel, eigenaar van Frapau Holding BV, een belangrijke stap te hebben gezet. Doel is om twee Nederlandse merken, Vandersluis en Casala gescheiden van elkaar verder te laten groeien, zowel in Nederland als in het buitenland. Daan van der Winkel benadrukt dat de verkoop

van beide merken via twee gescheiden dealernetwerken zal blijven bestaan. Het merk Vandersluis blijft gehuisvest in de huidige showroom aan de Beesdseweg in Culemborg. VDS Productie BV blijft voor 100% eigendom van de familie Van der Sluis en zal zich blijven richten op de ontwikkeling en fabricage van stoelen en tafels. De directies van VDS Productie BV en Frapau Holding BV zijn ervan overtuigd met deze stap een sterkere positie te hebben verworven in de projectinrichtingsmarkt zowel in binnen- als buitenland.

Meer info: www.casala.com of www.vandersluis.nl



Zet je goed

Tijdens zijn werkzame leven brengt de gemiddelde kantoorwerker zo'n 60.000 uur zittend door. Het heeft dus wel zin dat er enige zorg wordt besteed aan het kiezen van de stoel waarop hij zit. In het ideale geval wordt de stoel op maat gemaakt, maar dit is niet voor iedereen weggelegd of nodig. Daarom noemen we hier enkele basiszaken waar je op moet letten bij de aanschaf van een goede bureaustoel.

We gaan er zonder meer van uit dat de stoel een draaistoel is, in hoogte verstelbaar is en met rollers is uitgerust. Dit zijn de minimale eisen die aan een bureaustoel mogen worden gesteld.

Voetenkruis

De bureaustoel moet stevig en stabiel zijn, en mag niet kantelen als de gebruiker ver naar één zijde overhelt. Daarom moet het kruis minimaal vijf armen hebben.

Voetensteunen

Als de bureaustoel niet voldoende aangepast aan de lengte van de gebruiker kan worden ingesteld, kan een voetensteun uitkomst bieden, met name voor kleinere gebruikers. Let er echter wel op, dat die voetensteun niet kan wegglijden en voldoende verstelbaar is. Omdat het gebruik van een voetensteun leidt tot een statische houding, moet de gebruiker er aan denken regelmatig de stand van de benen te veranderen. Zo zijn er voeten-

'Wellicht het belangrijkste bij de keuze van een bureaustoel is dat deze uitgetoet wordt'

steunen waarvan het raakvlak kan kantelen om al een kleine beweging mogelijk te maken.

Rollers

De rollers onder de stoel moeten zijn aangepast aan het type vloerafwerking. Dat wil zeggen: bij een zachte vloer, zoals een tapijt, moeten rollers van hard materiaal worden toegepast, bij een harde vloerafwerking zoals marmoleum, hout of tegels moeten rollers van zachter materiaal worden gebruikt. Rollers van hard materiaal zijn gewoonlijk te herkennen aan het feit dat ze van één kleur zijn, zachtere rollers zijn vaak tweekleurig. Let er wel op dat alle rollers van hetzelfde type zijn.

Armsteunen

De armsteunen moeten minimaal 20 cm lang en 4 cm breed zijn en geen scherpe kanten hebben. De hoek die boven- en onderarm met elkaar maken, moet ongeveer 90 graden zijn. De armsteunen moeten minimaal 8-10 cm in hoogte verstelbaar zijn. Voor een comfortabele houding moeten ze bovendien in de breedte verstelbaar en draaibaar zijn. Optimaal is het als de armsteunen ook nog eens naar voren en naar achteren geschoven kunnen worden. In dit geval wordt gesproken van 4D-armsteunen.

Bekleding

De bekleding mag niet te hard, maar ook niet te zacht zijn. Als die te hard is, kan het bij langdurig zitten een onaangenaam gevoel opleveren op de drukpunten. Is de bekleding te zacht, dan kan de gebruiker als het ware wegzinken in de stoel wat zijn beweeglijkheid aanzienlijk beperkt. Bovendien wordt de warmteafvoer van het lichaam belemmerd. Een richtlijn die de vakhandelaar gewoonlijk toepast, luidt: kies liever een wat hardere bekleding dan een die je spontaan lekker vindt zitten.

Stoffering

Om er voor te zorgen dat de stoffering ook bij langduriger gebruik droog blijft, moet de afwerking van materiaal zijn dat het de lichaamswarmte van de gebruiker opneemt en deze doorgeeft aan de omgeving. De stoffering moet enige mate van ruwheid bezitten om weg- of onderuitglijden van de gebruiker te voorkomen; bovendien moet de stof antistatisch zijn en verwisselbaar. Ongechikt zijn strak verlijmd dunne

kussentjes of waterdampdichte schuimkussens. In de praktijk blijken stoelen met een netstructuur de voorkeur te hebben, met name op werkplekken waar hogere temperaturen heersen.

Rugleuning

De rugleuning moet de natuurlijke kromming van de wervelkolom in de verschillende zithoudingen ondersteunen. Ideaal is een in hoogte verstelbare rugleuning. De bovenzijde van de rugleuning moet de schouderbladen kunnen ondersteunen; tevens moet het middelste en ondergedeelte van de rug worden gesteund. Rugleuningen moeten in rechtopstaande positie bovenin niet naar voren neigen omdat de gebruiker dan in een vooroverhangende zithouding wordt gedwongen.

Lendensteun

Een goede bureaustoel ondersteunt de lichte S-kromming van de wervelkolom met een steun ter hoogte van de nieren, dit is de zogenoemde lendensteun. Deze moet afzonderlijk in hoogte verstelbaar zijn, en liefst ook nog qua druk instelbaar zijn.

Hoofdsteun

Het is geen voorwaarde dat een bureaustoel een hoofdsteun bezit. Het is echter wel aan te bevelen er een te hebben, om het hoofd te ondersteunen bij het ver naar achteren leunen.

Mechaniek

Stoelen die zijn uitgerust met een zogeheten synchronmechaniek hebben de voorkeur. Met deze techniek worden de zit- en neiginstellingen met elkaar gekoppeld, omdat deze de dynamische wisseling van lichaamshoudingen mogelijk maken, en daarmee de tussenwervels beweeglijk houdt. De tegendruk die het synchronmechanisme biedt, dient op het individuele lichaamsgewicht van de gebruiker te zijn afgesteld. Veel nieuwere modellen hebben een gewichtinstelling die automatisch wordt geregeld.

Zithoogte

De zithoogte dient tussen minimaal 40 en maximaal 51cm instelbaar te zijn. Zo kunnen zowel kleinere als grotere mensen de stoel goed instellen. Beide voeten moeten plat op de grond kunnen staan, de boven- en onderbenen moeten in een hoek van iets meer dan 90 graden staan. Deze hoek kan groter zijn als gebruik wordt gemaakt van een voetensteun.

Zitbreedte

De breedte van het zitvlak dient minimaal 45cm te zijn. De breedte van de rugleuning moet minimaal 40cm zijn.

Zitdiepte

Met de zitdiepte wordt bedoeld de afstand tussen de voor- en de achterzijde van het zitvlak. Deze dient minimaal 38-44cm te bedragen als deze niet verstelbaar is. Als de stoel wel een



verstelbare zitdiepte heeft, dient het verstelbereik minstens 5cm te zijn. Het kunnen verstellen van de zitdiepte is belangrijk omdat dit een neigen van het bekken voorkomt en op die manier het 'goede zitten' ondersteunt. De juiste zitdiepte kan eenvoudig worden bepaald met de zogeheten vier-vinger-regel. Deze houdt in dat tussen de knieholte en de voorkant van de zitting vier vingers gezet moeten kunnen worden. Als dit minder dan vier vingers is, of zelfs helemaal niet mogelijk is, dan kan de bloedsomloop naar de onderbenen worden belemmerd.

Zittingneiging

Niemand zit ooit een hele kantoordag in dezelfde houding omdat hij verschillende taken heeft gedurende de dag: lezen, typen, schrijven, overleggen. Met de taak verandert ook de houding – als het goed is. Maar dan moet de stoel die verschillende houdingen wel ondersteunen. Dat kan als de zitting enigszins gekanteld kan worden: naar voren bij type- en schrijfwerk, meer naar achteren bij lezen en overleg. Wat vaak vergeten wordt, echter is ook de hoogte van het werkblad aan te passen bij de taak.

Keurmerken

Nog veel te vaak wordt door de inkoper alleen gevraagd naar het alom bekende NPR1813: als de stoel maar aan die richtlijn voldoet, dan moet die wel goed zijn. Die

richtlijn is vorig jaar herzien, en is nu gebundeld met de Europese norm NEN-EN 1335. Fabrikanten en leveranciers spelen handig in op een gemakzuchtige houding van de inkoper, ze adverteren zelfs met NPR 1813-stoelen. Echter: als een bureaustoel voldoet aan die norm, wil dat nog niet zeggen dat die comfort biedt. De regel is dat als een stoel aan de norm voldoet, hij geschikt is voor 95% van de bevolking. Maar bedenk eens wat er gebeurt als 5% van het personeel ziek, want met chronische rugklachten door een verkeerde stoel, thuis komt te zitten. Bovendien: de inkoper is gebonden aan een budget, nu meer dan ooit. Het eerste waar op wordt bezuinigd bij de prijsafspraken, is de zit-instructie. Het gevolg: de stoel voldoet officieel aan de norm/richtlijn, maar door een verkeerde instelling (want hij weet niet hoe) krijgt de gebruiker alsnog klachten. In het Engels heet dat: penny-wise, pound-foolish.

Service en garantie

Op een goede bureaustoel wordt minimaal 5 jaar garantie gegeven, evenals onderhoud op locatie. In het ideale geval wordt de stoel ter plekke gemonteerd door ervaren medewerkers, en krijgt de gebruiker een uitgebreide zit-instructie. Dit houdt niet alleen in dat de stoel wordt ingesteld op de maten en het gewicht van de gebruiker, maar krijgt deze ook te horen hoe hij zijn stoel zelf (weer) in de bij hem passende instellingen kan brengen. Dat laatste is belangrijk omdat tegenwoordig meerdere mensen van één werkplek gebruik maken, en de stoel dus telkens in een andere instelling wordt gezet - als het goed is. Dit houdt ook in dat die stoel bestand moet zijn tegen het steeds veranderen van de instellingen. Een keuze voor de goedkoopste stoel kan dus betekenen dat de gebruiker op een gegeven moment de instellingen niet meer kan veranderen omdat de hendeltjes zijn afgebroken, of dat de lendensteun (als die al aanwezig is) spontaan afbreekt of telkens naar beneden zakt. Wellicht het belangrijkste bij de keuze van een bureaustoel is dat deze uitgeprobeerd wordt. Daarmee willen we zeggen: langere tijd gebruikt. Een aankoop die gemotiveerd is door een impuls (die ziet er keek uit, of: die is goed afgeprijsd!) of door het zogeheten showroom-zitten (1 minuut), is slechts zelden een goede beslissing. Een goede leverancier biedt daarom een inruilgarantie (uiteraard met een limiet, bijvoorbeeld van 3 maanden).

Natuurlijk is een echt goede bureaustoel ook niet 'hufterproof', ook al voldoet die aan de norm/richtlijn. Van de gebruiker mag worden verwacht dat hij verantwoord met de stoel omgaat, deze gebruikt waarvoor hij bedoeld is. Het is immers een stuk gereedschap, een belangrijk middel om je beroep te kunnen uitoefenen. En een vakman gaat zorgvuldig met zijn gereedschap om. ■

Handboek Nieuwe Media: digitale technologieën begrijpen en gebruiken

Bing, Chrome, Dropbox, Facebook, Feedburner, Foursquare, Google+, HootSuite, iPad, MiFi, Opera, Prezi, RSS, Skype, Tumblr, Twitter, Ustream, WordPress, XML... Door de grote hoeveelheid digitale bomen loop je de kans het zicht op het complete communicatiebos te verliezen.

Voor mensen die beroepshalve met communicatie en informatie te maken hebben, is het belangrijk om op de hoogte te zijn van de meest actuele en relevante ontwikkelingen op dat terrein. Het gaat hierbij niet alleen over social media of web 2.0 – ook het zoeken, beheren en publiceren van informatie is voor professionals ingrijpend veranderd. Wie de mogelijkheden van nieuwe media kent en gebruikt, haalt het beste uit zijn organisatie, bereikt zijn doelgroepen en blijft zijn concurrenten voor.

Het Handboek Nieuwe Media gaat in 12 hoofdstukken in op de eigenschappen en mogelijke toepassingen van Twitter, communities, blogs, tablets, browsers, foto, video, audio, user-generated content, Google, RSS en databases.

Titel: Handboek Nieuwe Media

Auteur: Tom Bakker, Piet Bakker

ISBN: 978901309167-0

Uitvoering: gebonden

Uitgever: Kluwer, www.kluwer.nl

Omvang: 250 pagina's

Prijs: € 29,95



Klantropologie Groot denken, klein doen

De mens achter de klant houdt niet van zoeken maar van vinden. De mens achter de klant wil online en offline fatsoenlijk te woord gestaan worden. Hij betaalt voor een goed product en een goede dienstverlening, en als er onverhoopt iets misgaat, wil hij snel geholpen worden. Dat lijkt een open deur, maar die deur blijkt in de praktijk zo dicht te zitten als het maar kan. Zeg nou zelf, hoe vaak voel jij je als mens achter de klant serieus genomen en hoe vaak neem jij de mens achter jouw klant serieus? Op basis van haar eigen klantervaringen en haar werkervaring heeft Jacqueline Fackeldey een werkwijze ontwikkeld die zij klantropologie noemt; een werkwijze die bestaat uit de stappen 'Kijk, luister en huiver', 'Knippen en plakken', 'Kaartlezen en padvinden' en 'Groot denken, klein doen'. Met veel voorbeelden in woord en beeld laat zij zien hoe het niet moet c.q. hoe het beter en klantvriendelijker kan. Een prikkelend boek voor iedereen die innovatiekriebels heeft en klantgericht wil gaan werken, maar nog niet weet hoe daarmee te beginnen en hoe zijn organisatie daarin mee te krijgen.

Titel: Klantropologie

Auteur: Jacqueline Fackeldey

ISBN: 978 90 5594 878 9

Uitvoering: gebonden

Uitgever: Scriptum, www.scriptum.nl

Omvang: 141 pagina's

Prijs: € 19,95





Het flexibele kantoor

De economische situatie van vandaag de dag zorgt ervoor dat bij de (her)inrichting van de werkomgeving het accent ligt op het reduceren van de operationele kosten. Dit tamelijk 'reactionaire' gedrag zou op de lange termijn echter best wel eens ernstige problemen kunnen gaan opleveren.

De initiatieven die nu worden genomen om kwesties op te lossen, zijn vaak op de korte termijn gericht. Echter, op de lange termijn zouden deze oplossingen kunnen leiden tot inefficiëntie, dus de productiviteit en de medewerkerstevredenheid ernstig kunnen schaden.

Natuurlijk moet soms worden gekozen voor dergelijke kortetermijnoplossingen, maar zorg dan wel dat die niet permanent worden en dat deze goed worden geïmplementeerd. Bovendien moeten ze deel uitmaken van een groter plan dat gericht is op de langere termijn en gemotiveerd zijn door een helder beleid. Het concept waar dit alles om draait, is dan ook 'flexibiliteit'. Dit is de sleutel tot effectiviteit op de langere termijn, zowel wat de kostenbeheersing betreft als de efficiëntie. In veel gevallen kan een meer flexibele werkomgeving worden ondersteund door moderne technologieën. Een ingrij-

pende en tevens flexibele benadering van de bestaande werkomgeving vereist een investering in termen van geld maar ook van personeel. De medewerkers moeten namelijk een nieuwe manier van werken aannemen waarbij enkele 'heilige huisjes' van de kantooromgeving toch echt tegen de vlakte moeten. Het goede nieuws is dat het uiteindelijk veel voordelen oplevert. Elke investering vereist immers offers - vooraf. Of om een cliché te gebruiken: de kost gaat voor de baat.

Twee kanten

Dat er nieuwe oplossingen moeten worden bedacht, is wel duidelijk: stilstand is zeker in deze tijd achteruitgang. Maar zoals bij elke kwestie zijn er ook aan dit probleem twee zijden: een push en een pull. De push-factoren zijn onder andere de steeds sneller op elkaar volgende veranderingen op het gebied van technologie en maatschappelijke ontwikkelingen, wat een

vrij groot personeelsverloop tot gevolg heeft, met de nodige kosten die daarmee gepaard gaan. Bovendien: de druk op de operationele kosten is voor de bedrijven een stimulans om de behoeften met betrekking tot de (inrichting van) de werkomgeving nog eens scherp onder de loep te nemen. Voor wat betreft de pull-factoren zijn drivers te identificeren als bijvoorbeeld het streven naar het uitbreiden en in waarde doen stijgen van de niet-tastbare assets van de organisatie (bijvoorbeeld specifieke vak- en productkennis). Dat vereist een hoge mate van effectieve interne interactie. Een ander voorbeeld is de verandering die langzaam maar zeker plaatsvindt in de samenstelling van het personeelsbestand: een jongere zal meer geneigd zijn te vragen om een flexibele arbeidsinvulling. Wat ook zeker een grote rol speelt bij het streven naar flexibiliteit is de groeiende bezorgdheid en betrokkenheid bij de milieuvraagstukken - en dan met name de impact die het bedrijf en zijn processen en producten heeft op het milieu.

Model van een flexibel kantoor

• Fysieke eigenschappen

In bovengenoemde situatie zou het ideale kantoorlandschap er uitzien als een 'flexibel in te delen doos'. Hierbij zouden de praktische en financiële kosten die het gevolg zijn van een grote schommelingen in het personeelsbestand tot een minimum worden beperkt, wat een snellere reactie mogelijk zou maken op de eisen met betrekking tot de organisationele invulling, noodzakelijk gemaakt door veranderingen in de sociaal-maatschappelijke omgeving. Een dergelijke werkomgeving wordt gekenmerkt door een hoge mate van 'plug and play' technologie, simpel en snel aan te passen vloerplannen (bijvoorbeeld eenvoudig verplaatsbare scheidingswanden), intensiever gebruik van draadloze technologieën, meer flexibel en multifunctioneel meubilair, en een geheel nieuwe benadering van ruimtebeheer.

• Werkmethode eigenschappen

De flexibele werkomgeving zou een heel divers menu hebben van werkplekken, waarschijnlijk minder vaste werkplekken, meer flexibele en aanpasbare ontmoetings- en vergaderplekken, zogeheten aanlandplekken en zeer waarschijnlijk een veel bredere scala aan voorzieningen voor zitten (van gewone bureaustoelen tot loungebanken) en andere werk- en overlegplekken (zoals zit-statafels). Kortom, wat je tegenwoordig al veel vaker in kantooromgevingen tegenkomt. Het doel hiervan is het inbouwen van flexibiliteit om snel en kosteneffectief te kunnen inspelen op organisationele veranderingen. De eventueel noodzakelijke (bouwkundige) aanpassingen zijn eenvoudig te realiseren, en producenten uit de diverse kantoor-gerelateerde branches hebben hun productportfolio al aan deze nieuwe concepten aangepast.

• Strategische focus

Het beleid zal de volgende kenmerken hebben:

- een flexibele infrastructuur die snelle en kosteneffectieve aanpassingen mogelijk maken;
- flexibele werkmethodes die de behoefte aan vierkante meters reduceert;

'Een flexibel ontworpen kantoor biedt elke generatie een passende werkplek'

- een verschuiving van eilandjes (koninkrijkjes) naar interactiviteit en creativiteit. Nieuwe ideeën, nieuwe relaties;
- de werkmethodes en -plekken zijn 'in tune' met de moderne opvattingen van leven en werken.

• Emotionele uitdagingen

De overgang naar een meer flexibel werkconcept heeft een aantal ingrijpende emotionele effecten op de medewerkers tot gevolg. Het traditionele kantoorlandschap werd gewoonlijk gekenmerkt door opstellingen en indelingen die werden ingegeven door een hiërarchie. Deze 'status-bewijzen' waren bijvoorbeeld het 'eigen kantoor', het 'corner office', en de 'plek bij het raam'. Als iemand dit fysieke en voor iedereen zichtbare en duidelijke bewijs van waardering, senioriteit of gezag eindelijk na vele jaren heeft bemachtigd, dan zal hij dat niet zo snel weer opgeven. Een meer open kantoorlandschap vereist echter een heroverweging van het begrip 'territorium', terwijl aan de andere kant de medewerkers nog steeds 'hun' werkomgeving op de één of andere manier willen personaliseren. De behoefte aan een bepaalde mate van 'thuisgevoel' zal wel altijd blijven bestaan; dat impliceert namelijk ook dat de individuele medewerker enige invloed kan uitoefenen op 'zijn werkplek'.

• Voordelen van flexibiliteit

De focus op het ontwerpen van werkomgevingen die flexibel zijn in functionele termen ondersteunt een meer flexibele en interactieve manier van werken. Dit zal organisaties in staat stellen het verloop onder het personeel tot een minimum te beperken en de operationele kosten drastisch te verlagen. Bovendien wordt de medewerkers een meer aantrekkelijke werkomgeving geboden die hen meer ondersteuning geeft bij het uitvoeren van hun dagelijkse werkzaamheden. Dat geldt dan zeker voor de jongere medewerker, maar voorkomt dat de wat oudere werknemer zich niet meer thuis voelt op het kantoor.

Een flexibel ontworpen kantoor biedt elke generatie een passende werkplek. Dat dit andere kantoorlandschap enige investering vereist, mag duidelijk zijn. Maar die investering betaalt zich snel terug als de medewerkers zich prettig voelen op de werkplek en dus productief zijn - en blijven. Die flexibele indeling maakt het dus ook mogelijk om snel in te spelen op nieuwe kantoor-trends die het gevolg zijn van sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen. Dus ook op de lange termijn is de ROI gegarandeerd. ■



C2C ExpoLAB maakt Cradle to Cradle toegankelijk

Cradle to Cradle voor het bedrijfsleven

Duurzaamheid is een begrip dat door de kantoorbranche inmiddels volledig is omarmd. Termen zoals Cradle to Cradle beginnen steeds meer ingeburgerd te raken. Het aantal producten en praktische toepassingen groeit steeds verder. Stichting C2C ExpoLAB wil deze tendens graag stimuleren en biedt de naar duurzaamheid strevende ondernemer een helpende hand. Bovendien ondersteunt de stichting opdrachtgevers bij het beheersbaar, meetbaar en communiceerbaar implementeren van Cradle to Cradle in hun organisaties.

Fotografie Leon van Ulft, www.leonvanulft.nl

Economische invalshoek

Stichting C2C-ExpoLAB is door de gemeente Venlo opgericht om haar ambitie als duurzame regio handen en voeten te geven. “Cradle to Cradle (C2C) is een abstract begrip”, vertelt Roy Vercoulen, managing director van de stichting. “Wij proberen dit begrip zoveel mogelijk concreet te maken. De stichting heeft als opdrachtgevers onder andere projectorganisa-

ties die werken aan projecten in de fysieke, ruimtelijke omgeving en die willen onderzoeken in hoeverre zij het concept Cradle to Cradle in hun bouwprocessen kunnen implementeren. Maar ook bedrijven die hun werkomgeving op een duurzame manier willen inrichten, kunnen bij ons terecht.” Belangrijk aspect is dat de economische invalshoek steeds het vertrekpunt is. “Cradle to Cradle en duurzaamheid hebben vaak het imago dat



Roy Vercoulen

het extra geld en energie kost. Cradle to Cradle gaat echter om het toevoegen van waarde en kwaliteit, het businessmodel moet er beter van worden”, benadrukt Vercoulen.

Kwaliteitsprincipe

Het C2C ExpoLAB kan bedrijven op verschillende manieren helpen om de werkomgeving te laten voldoen aan de C2C-criteria. Dit kan al op het niveau van de inrichting van de kantoorruimte.

De stichting is gevestigd in de Innovatoren, het duurzame kantoorpand op het Floriadeterrein in Venlo. Daarin bevinden zich een atelierruimte, een productiebibliotheek en een door C2C geïnspireerde kantooromgeving en presentatieruimte. “Cradle to Cradle is primair een kwaliteitsprincipe. Een product wordt zo geproduceerd dat de verschillende grondstoffen na het bruikbare leven van dat product eenvoudig weer van elkaar kunnen worden gescheiden en hergebruikt. De drempel om te kunnen recyclen op hetzelfde kwaliteitsniveau (of hoger), wordt zo laag mogelijk gemaakt. Daarnaast heeft het ook te maken met het effect van producten op de omgeving waarin ze gebruikt worden.” Als voorbeeld noemt Vercoulen (kantoor)meubilair en

'Seven Step System'

Het C2C ExpoLAB begeleidt projectteams bij het maximaal implementeren van de principes van Cradle to Cradle. Om ervoor te zorgen dat de C2C-oplossingen de hoogste toegevoegde waarde hebben en de grootste bijdrage leveren aan de door het projectteam gestelde voorwaarden, heeft de stichting het 'Seven Step System' ontwikkeld. Het systeem is gebaseerd op het stellen van de juiste vragen in de juiste fase en het continu geven van feedback waardoor continue verbetering ontstaat. Daarbij wordt steeds rekening gehouden met de grensvoorwaarden van het project. De stappen zijn als volgt:

Stap 1: Weet wat u heeft

Voor het formuleren van de doelstellingen is een projectbeschrijving noodzakelijk. Hierin worden naast het project zelf ook het milieu, stakeholders, innovaties en samenwerkingsvormen beschreven.

Stap 2: Formuleer uw intenties

Bij deze stap wordt bepaald welke Cradle to Cradle kwaliteitsaspecten moeten worden bereikt. Een voorbeeld hiervan kan zijn dat het project meer energie genereert dan dat het gebruikt.

Stap 3: Vertaal uw intenties in gewenste effecten

Na het vaststellen van de doelstellingen moeten deze worden omgezet in gewenste effecten. Bij het voorbeeld in stap 2 wordt dus uitsluitend hernieuwbare energie gebruikt.

Stap 4: Definieer meetbare indicatoren

Hier gaat het om het meten van een eventueel gerealiseerd effect. Dit gebeurt op basis van kwantitatieve metingen. Door bijvoorbeeld de opgewekte energie te meten in kWh of MJ.

Stap 5: Stel functies en kwaliteit vast

De meetbare indicatoren moeten vervolgens worden opgenomen in de marktverkenningen en aanbestedingsdocumenten. Leveranciers worden dan uitgedaagd om producten te ontwikkelen die bijdragen aan de realisering van de gewenste effecten.

Stap 6: Selecteer en implementeer Cradle to Cradle-oplossingen

Geschikte producten en oplossingen zijn gebaseerd op de vastgestelde eigenschappen en functies en voorzien uiteindelijk in de gewenste effecten. Continue verbetering is hierbij een belangrijk uitgangspunt.

Stap 7: Meet en communiceer de effecten

Realtime metingen vinden plaats tijdens de gebruiks- en exploitatiefase. De metingen geven de optimalisatie van de gewenste effecten weer die in de geformuleerde doelstelling zijn vastgelegd.

Bron: C2C ExpoLAB, www.c2cexpolab.eu



vloerbedekking: veel van deze producten stoten nog vaak schadelijke stoffen uit. “De stoelen in onze exhibitieruimte bestaan uit materialen die zijn geoptimaliseerd voor menselijk contact. Ook zijn de stoelen zo in elkaar gezet dat je deze makkelijk kunt demonteren en onderdelen kunt vervangen.”

Label

In de atelierruimte staan meer van dit soort Cradle to Cradle-gecertificeerde producten, variërend van lichtbalken tot vloertegels, meubilair, douchegel en wc-papier. Aan elk product hangt een label met daarop informatie over de materialen die gebruikt zijn bij de productie ervan. Ook staat erop vermeld in welke mate het product zelf en de losse materialen na de gebruiksduur kunnen worden hergebruikt. Tevens heeft het label een qr-code, die linkt naar de website met de online productenbibliotheek waarin alle producten zijn opgenomen. EPEA, het bedrijf van C2C-grondlegger Michael Braungart, gebruikt deze handige labels, die zijn ontwikkeld door C2C ExpoLAB, ook voor hun producten. Inmiddels bevat deze bibliotheek 119 gecertificeerde producten. Vercoulen vertelt: “Producenten kunnen hun voorwerpen gratis in de bibliotheek op laten nemen, voorwaarde is echter wel dat de informatie voor de labels ter beschikking wordt gesteld. De producten

zorgen ervoor dat leveranciers uit verschillende landen en branches makkelijker een vertaling kunnen maken naar hun eigen producten. Het leidt in sommige gevallen zelfs tot productinnovatie. Een mooi voorbeeld hiervan zijn de vloertegels van Mosa. De tegels zelf zijn C2C, maar er is nog geen gecertificeerde lijm. Een aantal bedrijven is nu bezig met de ontwikkeling van die lijm. En bij een aantal bedrijven heeft productinnovatie op basis van C2C zelfs tot een lagere kostprijs per product geleid.”

Positieve impact

De stichting biedt niet alleen informatie over duurzame producten, ze is ook direct betrokken bij een aantal bouwprojecten. Hierbij wordt een geheel eigen visie en werkwijze gehanteerd. Vercoulen: “Duurzaamheid houdt vaak op bij het reduceren van de negatieve impact. Bij Cradle to Cradle kijken we hoe we de positieve impact kunnen maximaliseren. We willen projectteams graag op een andere manier aan laten kijken tegen het aanbestedingsproces van een te bouwen pand door met alle betrokken disciplines om tafel te gaan zitten. Door middel van het door ons ontwikkelde ‘Seven Step System’ (zie kader) kunnen we in het hele proces sturen op de realisatie van gewenste effecten (zoals bijvoorbeeld CO2-reductie). Aan de hand daarvan worden



meetbare eenheden ingebouwd waarmee de effecten van de Cradle to Cradle-implementaties worden omgezet in meetbare resultaten. Parallel hieraan starten we marktconsultaties en dagen we potentiële leveranciers uit. Een aannemer gebruikt het liefst bouwmaterialen waar hij ruime ervaring mee heeft opgedaan om zodoende risico's te vermijden. Dit is echter niet bevorderlijk voor innovatie en productontwikkeling. Om deze reden vragen we potentiële leveranciers om producten te leveren voor het project die maximaal bijdragen aan realisatie van de gewenste effecten binnen het project, zo stimuleren we productontwikkeling en innovatie." Een mooi voorbeeld van zo'n proces is de totstandkoming van het definitieve ontwerp van het nieuw te bouwen stadskantoor van Venlo waarbij het C2C ExpoLAB als adviseur betrokken is (zie kader). Vercoulen: "Het resultaat is een gebouw dat een schone en gezonde werkomgeving biedt, maar ook gebruik maakt van hernieuwbare energie en zodoende kostenvoordelen genereert ten aanzien van onderhoud en exploitatie." Daarnaast is de stichting ook betrokken bij een aantal projecten in het buitenland, zoals een project in Ecuador waar met behulp van de Organisation of American States en het Ministerie van Productie van Ecuador een manier wordt gevonden om duurzaam met grondstoffen om te gaan, zoals het raffineren van olie.

Duurzaam project

Stichting C2C ExpoLAB is nauw betrokken geweest bij de totstandkoming van het definitieve ontwerp voor het nieuwe stadskantoor van de gemeente Venlo. Het uitgangspunt bij dit project is het creëren van een zo schoon mogelijke werkomgeving. Hiervoor zijn een aantal duurzame maatregelen toegepast.

Groene gevel

De gevel heeft isolerende eigenschappen waardoor warmte en koelte beter kunnen worden vastgehouden. Ook wordt geluid door de wand tegengehouden. Bovendien zuiveren de planten lucht en water. De plantkeuze is zo geoptimaliseerd dat fijnstof wordt opgevangen door de gevel. Daarnaast stimuleert de gevel biodiversiteit door een leefomgeving te bieden aan vogels en insecten. Ten slotte heeft groen een positief effect op het onderbewustzijn en laat de gevel dankzij de gedeeltelijk opengewerkte structuur ook veel licht door.

Vide

De videstructuur in het gebouw zorgt voor een natuurlijke luchtcirculatie. In de winter wordt lucht aangezogen die op de juiste temperatuur en luchtvochtigheid wordt gebracht. De zonnecollectoren dragen hieraan bij. Hierdoor is veel minder mechanische ventilatie nodig om een optimale luchtcirculatie te realiseren.

Dubbele gevelconstructie

Dankzij de dubbele gevelconstructie wordt gebruikte lucht in het gebouw via de eerste laag naar de tweede laag geduwd waarbij deze lucht wordt gezuiverd voordat hij de gevel verlaat. Op die manier draagt het gebouw bij aan een positieve leefomgeving.

Kenniscentrum

Net als de producten in de exhibitieruimte en de productbibliotheek worden ook de projecten waarbij het C2C ExpoLAB is betrokken, uitvoerig gedocumenteerd. Alle kennis zal uiteindelijk in april 2012 worden samengebracht in het nog in te richten kennis- en documentatiecentrum. "Met behulp van open source software kunnen ondernemers de informatie en documentatie vrij raadplegen en toepassen in hun bedrijfsprocessen", vertelt Vercoulen. Behalve via dit centrum ontvangen bedrijven ook via een andere weg al nuttige tips en informatie over Cradle to Cradle. "Studenten van de C2C-leerstoel aan de universiteit van Twente die bij bedrijven in deze regio stage lopen, hebben het bedrijfsleven geholpen bij het verbeteren van hun businessmodel." Voor ondernemers is het dus eenvoudig om zich te laten informeren over de mogelijkheden van Cradle to Cradle binnen hun bedrijf. ■

The background image shows the cover of Office Magazine.nl, featuring the word 'Office' in large white letters on a dark background. Below it, there is a photograph of a modern office hallway with people walking. The magazine cover also includes the text 'Magazine.nl' and 'Huiswerk is niet het laatste woord - organiseer je werk efficiënter' and 'Hoe? Dit is Office Magazine.nl'.

Office Magazine.nl abonnee aanbieding

Ontvang nu ruim €9 korting
op het reguliere abonneetarief:
u betaalt slecht €39 (ex btw)
in plaats van €48

U ontvangt naast
vakinformatie als
abonnee vele
voordelen

Ontvang nu ruim € 9 korting op het reguliere abonneetarief: u betaalt slecht € 39 (ex btw) in plaats van € 48. U ontvangt naast vakinformatie vele voordelen. Abonneer u nu op uw vakblad Office Magazine.nl!

Abonnee voordelen:

- 6 maal per jaar uw eigen vakblad
- Vak informatie over alle aspecten van het kantoor
- Actueel nieuws op www.officemagazine.nl
- 12 maal per jaar uw eigen digitale Office Magazine.nl nieuwsbrief
- Extra korting op lezersaanbiedingen in uw multimediale vakblad
- Gratis gebruik van de Office Magazine.nl vacatureservice
- Gratis bedrijfsgegevens vermelding in bedrijvengids op www.officemagazine.nl
- Een korting van € 100 op een uitgebreide vermelding in de bedrijvengids; abonnees betalen € 95 voor een heel jaar i.p.v. € 195
- Abonnees ontvangen ook 15% abonneekorting op andere tijdschriften van de uitgeverij: Porsche Scene Live, Great British Cars, AV&Entertainment, Meeting Magazine, Noord Limburg Business, Rivierenland Business, Oost-Gelderland Business, Vallei Business, body LIFE Benelux.

Indien u geïnteresseerd bent in een abonnement, kunt u dit vermelden op bijgevoegde antwoordkaart of bel direct onze klantenservice: 024 3738505 (elke werkdag bereikbaar tussen 9.00 uur en 12.00 uur).

U kunt u ook abonneren via de website: www.officemagazine.nl.

Uniek in Nederland: **gratis vacatureservice voor abonnees**. Office Magazine.nl start in juli met een vacatureservice, waarop alle vacatures in de branche geplaatst kunnen worden tegen lage tarieven. Abonnees kunnen hier gratis gebruik van maken.

Beter zitten in vijf stappen

Het Nieuwe Werken. Veel organisaties zijn hiermee geconfronteerd. Het feit dat er gebruik wordt gemaakt van wisselende werkplekken vraagt iets van mensen, onder andere een stuk gedrag: Het dagelijks correct instellen van de stoel. Bij veel organisaties houdt de arbocoördinator of preventie-medewerker zich hiermee bezig. Toch is het handig als je zelf weet hoe je in 5 eenvoudige stappen je stoel in kunt stellen of als je even vergeten bent hoe het ook al weer zat, om een geheugensteuntje te hebben. Het aannemen van een juiste houding voorkomt veel klachten! Daarom is de Beter zitten in de 5 stappen box ontwikkeld. Er zitten 15 dezelfde kaarten in, zodat er 15 collega's blij mee kunnen worden gemaakt. Deze box kan aangevraagd worden via: www.emtek.nl. Zie ook de insert elders in dit blad.

Minder printen, minder klachten, sneller lezen Geslaagde Vitens proef met FleXlezen, beeldscherm snellezen

Het informatie tijdperk heeft de hoeveelheid informatie met een geweldige explosie doen toenemen. We produceren met elkaar veel meer tekst, dat ook nog veel gemakkelijker toegankelijk is. En dan te bedenken dat het lezen vanaf een beeldscherm ook nog eens tot 30% langzamer gaat. Er is al veel aandacht voor ergonomie op werkplek en ook de introductie nieuwe werken vereist een nieuwe werkstijl. Vanuit ARBO en milieu van Vitens, het grootste drinkwaterbedrijf van Nederland is een pilot gedaan met FleXlezen[®]. Doel was te bepalen of deze beeldschermtraining daadwerkelijk leidt tot vergroten van de acceptatie van het beeldscherm, verbeteren leesbaarheid en -kwantiteit en effect op gezondheidsvlak (arbo) en printgedrag (milieu) heeft. Op basis van een enquête voor en achteraf is het resultaat aangetoond en recent gepresenteerd op een congres. Vermoeidheid en vermoeide ogen is afgenomen en het printgedrag is sterk veranderd. Van de 14 deelnemers printen 6 standaard hun email uit, na de training nog slechts 1. Daarnaast is de leesbaarheid en begrip van de tekst toegenomen met 284%. FleXlezen[®] bespaart dus niet alleen tijd, maar ook papier en geeft de medewerker veel meer rust. FleXlezen is een training waarbij gebruik gemaakt wordt van workshops met een trainer en oefeningen door middel van een internetapplicatie worden uitgevoerd. Als de medewerker meer dan 1 ½ uur achter het beeldscherm werkt, dan biedt het vooruitstrevende tools voor informatieverwerking, vermindering van het printgedrag en vermindering van vermoeidheid. Al jaren geeft Dissel Development de ProRead Snel en Effectief Lezen training in samenwerking met ProRead Nederland. FleXlezen[®] is het alternatief voor beeldscherm gebruikers.

Meer informatie bel Sietze Ketelaar 0621824347 of sietzeketelaar@proread.nl of www.proread.nl



Verlichten en besparen

Lutron heeft onlangs het nieuwe hoofdkantoor van The New York Times in Manhattan mogen voorzien van een compleet verlichtingssysteem. Het gebouw werd ontworpen door de beroemde architect Renzo Piano, en moest heel 'open' overkomen. En dat gold dan voor zowel de communicatie als de samenwerking en de transparantie. Maar de medewerkers moesten zich wel prettig, comfortabel voelen. Bovendien moest het zo milieuvriendelijk mogelijk worden.

Lutron slaagde erin, met zijn Quantum[®] oplossing een verlichtingssysteem aan te brengen waarmee de NYT organisatie maar liefst 70 procent bespaart op de energierekening, vergeleken met de schatting van het energieverbruik die vooraf werd gemaakt op basis van het gebouwwontwerp. En aangezien in een gemiddeld kantoorpand de verlichting verantwoordelijk is voor 44 procent van de totale energiekosten, is dit een zeer opmerkelijke en welkome oplossing.

Meer info: www.lutron.com/europe.

Lutron heeft meerdere dealers in Nederland.



Chessman: de mens als Koningin van het spel

De Vos Groep en Chessman zijn een samenwerkingsverband aangegaan om de markt voortaan nog beter te kunnen bedienen. Huisvestingskosten vormen een substantieel aandeel in de bedrijfskosten (48% van de totale facilitaire kosten, bron: NFC index 2010). Thema's als 'Het Nieuwe Werken' en efficiënter omgaan met de beschikbare hoeveelheid m2, om kosten te besparen, zijn belangrijke onderwerpen hierbij. Daarom is HOM€ ontwikkeld. HOM€ geeft u snel inzicht in zowel het besparings- als verbeterpotentieel.

HOM€ = Het verlagen van uw Huisvestings- en Organisatiekosten Meetbaar in €uro's

HOM€ is een initiatief van Maxires BV en Chessman BV

Wat doet HOM€ voor u?

- Maakt binnen een week inzichtelijk wat uw besparingspotentieel is
- Berekent wat u direct en indirect kunt besparen op uw huisvestingskosten
- Adviseert welke productiviteitsverbeteringen u kunt implementeren

Hoe gaat HOM€ in z'n werk?

- Intake gesprek
- Bezettingsgraad metingen
- Rapportage
- Advies
- Evaluatie

Resultaatgebieden!

- Jaarlijkse besparing in huisvestingskosten
- Inzicht in mogelijkheden bestaande huisvesting
- Vertrekpunt voor verdere kwantitatieve en kwalitatieve verbeteringen

Wat kan HOM€ u verder opleveren?

- Inzicht en overzicht in uw totale huisvestingskosten
- Verdere facilitaire besparingen (energieverbruik, ICT kosten, lopende contracten)
- Mogelijkheden tot verbetering van het rendement op bestaande huisvesting
- Draagvlak voor veranderingen
- Vertrekpunt voor 'Het Nieuwe Werken'

Kosten:

- € 799,- all-in exclusief BTW
- Inclusief: intake gesprek, bezettingsgraadmetingen, schriftelijke rapportage en een evaluatiegesprek

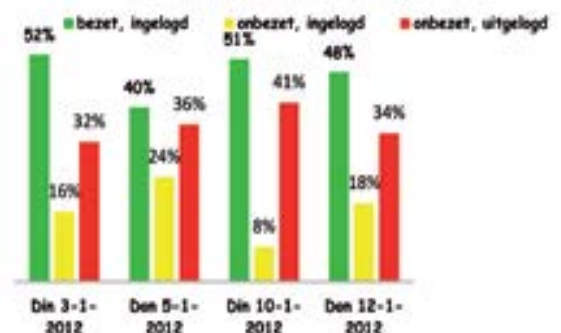
Contact:

Chessman BV - Drs. H.F. Kornblum
M: 06-51149180
E: chessman@kpnmail.nl

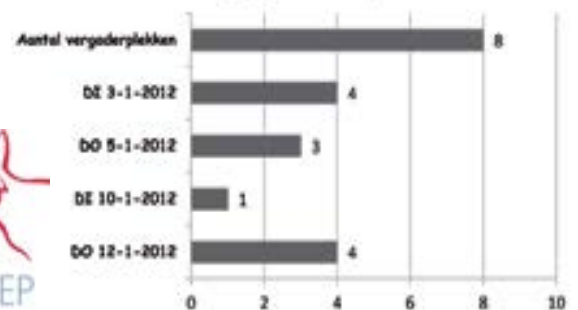


DE VOS GROEP
ergonomics

Bezettingsgraad werkplekken



Bezettingsgraad vergaderen



Datum:	Din 3-1-2012	Don 5-1-2012	Din 10-1-2012	Don 12-1-2012		
Tijd:	14.50 uur	14.35 uur	14.40 uur	14.35 uur		
					Totaal	Totaal %
bezet, ingelogd	52%	40%	51%	48%	59	47%
onbezet, ingelogd	16%	24%	8%	18%	16	13%
onbezet, uitgelogd	32%	36%	41%	34%	50	40%
Totaal aantal werkplekken	100%	100%	100%	100%	125	100%



Met de nieuwe Pritt Stick blijf je gegarandeerd langer plakken...

Beurs: groeipotentie - Niet zomaar een velletje papier... -
Papier is best handig - Nederlandse papiersector wereldwijd
koploper in energiemanagement - **Unilux creëert visueel comfort**



Met de nieuwe Pritt Stick blijf je gegarandeerd langer plakken...

Wie is er niet mee opgegroeid? De Pritt Stick! Deze lijmstick is sinds 1969 een waar begrip. Naast de maanlanding van Neil Armstrong is het ontstaan van deze lijmstick misschien wel de tweede belangrijkste gebeurtenis van dat jaar. Afgelopen najaar heeft Pritt een verbeterde lijmformulatie en een aantrekkelijk nieuw design op de markt gebracht. De sterkste Pritt Stick tot nu toe!

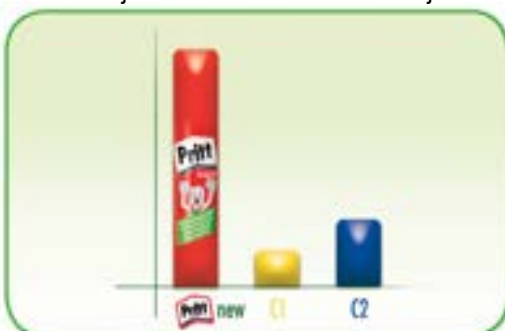
De nieuwe lijmformulatie zorgt ervoor dat lijmen nog gemakkelijker en gelijkmatiger gaat. Iedereen kan met de stick overweg, want kracht zetten is overbodig. De stick glijdt gemakkelijker over het papier en werkt zeer schoon en efficiënt. Uiteraard blijft de vertrouwde lijmkracht behouden. De nieuwe Pritt Stick is nog steeds tot 3 keer sterker dan de lijmsticks van andere merken met meer dan 5% marktaandeel in de EU. Handig voor kinderen, maar zeker ook voor op kantoor. Daarom start Pritt dit jaar

het online Pritt Party Office, waarbij kantoren kans maken op een Partycheque van € 5.000,- Zo kun je letterlijk langer op kantoor blijven plakken.

Sterker, efficiënter en duurzamer dan ooit!

Met de lancering van de nieuwe Pritt Stick heeft Henkel de beste Pritt Stick ooit op de markt gebracht. Niet alleen is de stick tot 3 keer sterker dan andere grote merken in Europa, hij is ook nog eens een stuk efficiënter. Je kunt nu tot 2,4

Sterkste lijmkracht - tot 3x sterker dan andere lijmstiften!



Meest efficiënt - lijmt tot 2,4x meer papier met 1 lijmstift!



Duurzamer



keer meer plakken met één stick! En hij is een stuk duurzamer. 90% van de lijm massa bestaat uit ingrediënten uit hernieuwbare bronnen!

Binnen het bedrijf Henkel slaagt Pritt erin een evenwicht tussen innovatieve oplossingen en duurzaamheid te vinden door efficiënte en milieuvriendelijke producten te ontwikkelen. Een speciale luchtdichte dop houdt de lijm langer vers, zodat deze een langere levensduur heeft en minder afval veroorzaakt. De lijm is uitwasbaar bij een temperatuur van 30°C en wordt geproduceerd in een fabriek met verminderde uitstoot van schadelijke stoffen.

Sinds het idee niet meer weg te denken

Het idee van de Pritt Stick was creatief en zeer innovatief. In 1967 zag Henkel onderzoeker dr. Wolfgang Dierichs in het vliegtuig een vrouw haar lippenstift aanbrengen. Geïnspireerd door dit gegeven, bedacht hij welke voordelen een lijmstift in de vorm van een lippenstift zou hebben: handig om aan te brengen, nauwkeurig en zonder vieze handen. Dr. Dierichs ging met dit idee aan de slag en twee jaar later was er de Pritt Stick.

Een schot in de roos, zo bleek later, want de Pritt Stick groeide uit tot het favoriete knutselhulpmiddel voor thuis en op kantoor. Binnen veertig jaar waren er meer dan 2,5 miljard Pritt Sticks verkocht. Dat is genoeg om een lijmlaag te maken vanaf de aarde, langs de maan, door naar Mars en weer terug. Pritt heeft ook daadwerkelijk buitenaardse resultaten bereikt; Pritt was het eerste merk dat het 'Space Proof Quality--certificaat kreeg nadat de producten waren uitgetest in het International Space Station (ISS) in 2001.

Pritt opent het online Pritt Party Office

Iedereen wil op een gezellig kantoor werken en daarom opent Pritt het Pritt Party Office. Een online kantoor waar mensen een plekje kunnen bemachtigen en mee kunnen feesten. Een van de werknemers in het Pritt Party Office is de gelukkige en wint een Partycheque ter waarde van 5.000 euro om te besteden aan een geweldig kantoorgefeest.

Win een Partycheque van € 5.000,-

Upload je foto in het Pritt Party Office, hoe meer collega's in het kantoor zitten hoe meer kans je hebt op de Pritt Office Partycheque! Via de site kun je je collega's uitnodigen mee te doen aan deze actie, om zo draagvlak door heel de organisatie te creëren en meer kans te maken op die Partycheque! Het kantoor wordt steeds hoger, naarmate er meer mensen intrekken. Uiteindelijk wordt 1 werknemer uitgeloot als winnaar van de actie en krijgt de Partycheque; want wie weet nu beter wat voor feest je bij jou op kantoor wil dan jijzelf?

Met deze cheque kun je samen met een evenementenbureau een feest organiseren precies zoals jij het wil. Boek bijvoorbeeld

Vrijdagmiddagborrel tips

VRIJMIDON'T

Sterke verhalen vertellen

Heel leuk verhaal hoor, hoe je op vakantie in Pamplona een losgeslagen stier met je blote handen wurgde omdat hij dreigde een weeshuis binnen te rennen. Probleem is alleen dat niemand er ook maar een woord van gelooft.

VRIJMIDO

Music Maestro!

Muziek maakt of breekt een leuke vrijdagmiddagborrel. Niet te hard, anders versta je elkaar niet meer, maar ook niet te zacht, zodat de sfeer er lekker in blijft. Betrek iedereen op kantoor bij de muziekkeuze, niet iedereen heeft dezelfde smaak. Maak een eigen kantoor top 20 en laat iedereen zijn of haar favoriete nummer om het weekend in te luiden doorsturen. Maak hiervan een mooie playlist en de vrijdagmiddagborrel kan beginnen!

Meer tips vind je op www.prittpartyoffice.nl



een DJ, zorg voor lekkere hapjes en voldoende drankjes. Of ga met zijn allen abseilend van het kantoorgebouw af. Je kan het zo gek niet bedenken! Zo blijft iedereen zeker langer plakken op het kantoor. Zie je het al helemaal voor je? Schrijf je dan gauw in op www.prittpartyoffice.nl. Nodig zoveel mogelijk collega's uit om meer kans te maken!

Op de site staan tevens tips voor een gezellige vrijdagmiddagborrel. Speciaal om ervoor te zorgen dat mensen ook op vrijdagmiddag eens lekker langer blijven plakken op kantoor! ■



Groeipotentie

Van zondag 12 tot en met dinsdag 14 februari waren de Brabanthallen in Den Bosch voor de eerste keer het toneel voor de vakbeurs Paper & Convenience Show. Het was even wennen, voor zowel de deelnemende bedrijven als de bezoekers, maar de resultaten zijn hoopvol voor de toekomst.

Het contrast was groot: vergeleken met de Vakbeurs Facilitair die een maand ervoor plaatsvond in de Brabanthallen, was de Paper & Convenience Show maar een betrekkelijk kleine aangelegenheid. Was het bijvoorbeeld in januari nog moeilijk om een vrije plek te vinden op de uitgestrekte parkeerplaatsen van de hallen, nu konden we bij wijze van spreken voor de ingang parkeren. De Paper & Convenience Show was ook maar in één van de hallen, tegen de zes van de Vakbeurs Facilitair.

Maar eerlijk is eerlijk, die vergelijking is niet fair. Paper & Convenience is immers een veel meer gespecialiseerde beurs voor, het woord zegt het al, papiergerelateerde deelnemers en retailers. Toch was het aanbod weer veelzijdig genoeg om ook de kantoorbranche aan te spreken. Deze aanbieders waren ondergebracht onder de paraplu naam Office Plaza, maar hun stands waren

wel verspreid over de beursvloer. De reacties van de deelnemers: niet al te veel bezoekers, maar wel van een hoge kwaliteit. Menige deelnemer had zelfs orders kunnen noteren tijdens de beursdagen!

Zo was ACCO Brands aanwezig met, onder andere, de complete serie papierversnietigers van zijn merk Rexel. Dymo introduceerde de nieuwe Labelmanager™ 500TS voor het nog veelzijdiger en eenvoudiger maken van labels. Leitz liet zien hoe bijvoorbeeld een thuiswerkplek net zo efficiënt kan worden ingericht en georganiseerd als 'de kantoorwerkplek'. Curtis timmert druk aan de weg met de nieuwe merken Zenith, Maped en Desk-one, waarmee het gehele (prijs/kwaliteit) spectrum van de kantoorartikelen wordt bestreken. Het bracht ook handige, slimme hulpjes om het kantoorwerk te vergemakkelijken.



Pritt (Henkel) introduceerde Mr Pritt, een zeer sportieve figuur die zich in eerste instantie richt op de schoolgaande jeugd, maar een lijmstift is ook nog steeds onmisbaar op kantoor. En laten we wel wezen: er zijn toch ook genoeg sportieve kantoormedewerkers? 3M komt telkens weer met opvallende noviteiten, zoals nieuwe kleuren voor de alom bekende kleefblaadjes, maar ook met leuke ontwerpen voor wat ze 'disposers' noemen: in gewoon Nederlands (plakband)houders. Opvallend was toch ook weer dat er veel deelnemers aanwezig waren met schrijfwaren: pennen in allerlei soorten en vormen. Pilot Pen introduceerde de FriXion, de uitgumbare pen; PenneLand bracht de schitterende Visconti en Diplomat series; Newell Rubbermaid Nederland kwam met de nieuwe Papermate InkJoy, een combinatie van een gel- en een balpen; Pennenimport4you presenteerde een zeer uitgebreid assortiment pennen en alles wat daarmee te maken kan hebben; natuurlijk ontbrak BIC ook niet op de beurs: dit merk bleek het afgelopen jaar gewoon winst te hebben gedraaid. Hoezo er wordt niet meer met de hand geschreven? Op de stand van Staedtler kon men kennis maken met de vorig jaar geïntroduceerde digitale pen: wat je schrijft wordt automatisch opgeslagen in het interne geheugen van de pen, om later te kunnen worden bewerkt.

Organisaties

Natuurlijk waren er ook stands van retail- en inkooporganisaties: Quantore Europe, Hameco en Spicers waren vertegenwoordigd met een stand. Spicers maakte weer van de gelegenheid gebruik om de nieuwe catalogus te presenteren.

Ontwikkelingen en noviteiten genoeg op deze voorjaarseditie van de beurs. Ongetwijfeld zullen ook op de najaarseditie in september weer genoeg interessante introducties en presentaties plaatsvinden. Wat dat betreft heeft de branche de beurs wel omarmd. Eigenlijk moeten we zeggen: branches, want ook de meer kantoorgerelateerde aanbieders hebben de beurs ontdekt als evenement waar ze niet bijna verdriegen in de facilitaire overvloed. Op de Paper & Convenience Show kun je er nog uitspringen als aanbieder van, bijvoorbeeld, kantoormeubilair. Het goede nieuws: dankzij de locatie van de Brabanthallen is er nu ook voldoende ruimte om je perfect te presenteren. Natuurlijk zal menige aanbieder het gezellige en knusse Autotron missen, maar als je wilt groeien, moet je de ruimte hebben. ■

De najaarseditie vindt plaats van 23 tot en met 25 september, eveneens in de Brabanthallen te Den Bosch.



Niet zomaar een velletje papier...

Op kantoor vliegt het papier door de printers, door onze vingers, op weg naar klanten, collega's of in de archiefkast. Niet gek dat er veel verschil zit in de kwaliteit van papier. Een intern memo hoeft namelijk niet op hetzelfde papier gedrukt te worden als een brief naar uw zakenrelatie. Van Economy tot Excellent, kies voor elk gebruik de juiste kwaliteit. Het onderscheid in kwaliteit wordt bepaald op basis van een aantal eigenschappen. Witheid, stevigheid en de oppervlakte zijn hierbij de meest bepalende kenmerken.

Kiest u voor kringlooppapier zonder optische witmakers of voor papier met hoge witheid? Bleken van papier is in meer of mindere mate belastend voor het milieu. Houd daar dus zoveel mogelijk rekening mee. Voor het printen van een e-mail of een intern memo hoeft u geen hoogwit papier te gebruiken. Voor een brief naar een belangrijke zakenrelatie is hoogwit papier

wel bij uitstek geschikt. Ook in stevigheid kan papier behoorlijk verschillen. Zwaarder papier is vaak luxer, steviger en minder doorschijnend. Standaard print- en kopieerpapier weegt meestal tussen de 70 en 80 gram. Om fullcolor te printen gebruikt u papier van 90 of 100 gram. Ook hier geldt dat u voor intern gebruik papier van een lichtere kwaliteit kunt gebruiken.

De structuur van het papier bepaalt mede de kwaliteit van de afdruk. Een egaal oppervlak geeft een scherp, helder en contrastrijk resultaat. De bewerking van het papier bepaalt hoe glad het oppervlak is. Afdrukken op bijvoorbeeld matglanzend, gecoat papier geeft een mooi resultaat bij illustraties en foto's in rapporten of presentatiemateriaal.

Bij uw kantoorvakhandel kunt u terecht voor papier in alle soorten, maten en kwaliteiten. Laat u adviseren over welk papier voor u het meest geschikt is. En niet alleen voor vragen over papier kunt u terecht bij uw kantoorvakhandel. Bent u op zoek naar een specifiek artikel, heeft u vragen over een bepaalde kantoormachine of bent u benieuwd naar de ideale kantoorinrichting? Uw kantoorvakhandel beschikt over het grootste assortiment kantoorartikelen, is gespecialiseerd in A-merken en geeft u altijd een deskundig en persoonlijk advies. Kijk voor meer informatie en een kantoorvakhandel bij u in de buurt op www.quantore.com/verkooppunten. ■

Een Groen Kantoor met Rexel

Steeds meer producten voor kantoorgebruik worden op een milieuvriendelijke manier gemaakt. In 2008 heeft Rexel voor het groene kantoor de Ecodesk serie gelanceerd, bestaande uit een stapelbare brievenbak, tijdschriftenrek, multi-documentenhouder en een dubbele pennenbeker. Deze lijn bureauaccessoires van 100% gerecycled polipropyleen, welke zelf ook weer 100% gerecycled kan worden. Ecodesk is hiermee uniek!

In 2009 werd de lijn uitgebreid met een fraai ontworpen archivercollectie, uiteraard alles van 100 % gerecycled en recyclebaar materiaal. Dit jaar vervolgt Rexel haar groene pad en is de Ecodesk serie uitgebreid met een perforator en twee nietmachines. Deze zijn gemaakt van 50% gerecycled materiaal en hebben een niet- en perforerecapaciteit van 20 vel. Rexel Ecodesk kenmerkt zich naast milieuvriendelijkheid door een goede prijs-kwaliteitverhouding.

Al meer dan 60 jaar ontwikkelt en produceert Rexel hoogwaardige producten, waarbij design en innovatie essentieel zijn. Rexel helpt bij het leveren van topprestaties - niet alleen door precisie & snelheid, maar ook dankzij slimme & vernieuwende producteigenschappen. De producten zijn voor gebruik rondom de (mobiele) werkplek. Het indrukwekkende assortiment kantoorartikelen reikt van een uitgebreide filing serie en bureauaccessoires tot snijmachines en papierenieters. Ga voor meer informatie en de verkooppunten naar www.rexeurope.com



The demand of everyday use...



...requires a supplier who knows what tomorrow brings.

Vandaag al weten wat u morgen nodig heeft. Dat is de kracht van Alpha International. Als één van de grootste distributeurs van printingsupplies in Europa weten wij als geen ander hoe belangrijk het voor u als ondernemer is om efficiënt te kunnen blijven werken. En daar spelen wij dagelijks op in. Meer weten? Surf naar www.alpha-international.eu.

Alpha International
Profit from our Performance



Het enige wat je hoeft te onthouden...

Druk op OPNAME!



DS-2400 Starter Kit

DM-650

OLYMPUS
Your Vision. Our Future



Met Avery® Ordnerrugetiketten en tabbladen vindt u sneller terug wat u zoekt.



Ordnerrugetiketten Premium 2 in 1
De etiketten zijn 100% opmaak. Handig voor het hergebruik van ordners. Met optionele kleurcodering.



INDEX MAKER™ Easy Apply
Ontwerp en print zelf het inhoudsblad en de tabs. Met vernieuwde technologie, EasyApply™. Uw tabbladen klaar in een handomdraai.

Innovatieve Producten | Gebruiksvriendelijke Templates & Software | Service & Ondersteuning

www.avery.eu



We Believe in Green



Ecodesk nietmachines & perforators



Onderdeel van de Rexel Ecodesk serie, inclusief filing accessoires

Gemaakt van 50% gerecycled plastic, voor een milieuvriendelijke werkplek! Lichtgewicht en gebruiksvriendelijk met een capaciteit van 20 vel. Perfect geschikt voor de milieu- en prijsbewuste mens op zoek naar een duurzaam, betrouwbaar product.

www.rexeleurope.com

Works Beautifully

Fastprint®

De beste keus in Office Products



Fastprint Gold

voor *briljante kleuren- en huisstijl prints.*

Fastprint Extra

voor *scherpe, heldere en contrastrijke prints.*

Fastprint Regular

voor *scherpe, heldere prints.*

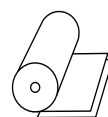
Fastprint biedt meer dan alleen papier!



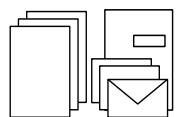
Etiketten



Schrijfblokken



PPC en CAD/GIS rollen



Fastprint Color



BühmannUbbens

Postbus 33 | 7200 AA Zutphen | +31 (0)575 59 85 98
of ceproducts@buhmannubbens.nl | buhmannubbens.com
Duffelsesteenweg 160 | B-2550 Kontich | +32 (0)3 450 75 30
of ceproducts@buhmannubbens.be

Honderd procent vernietigen zonder vastlopen met Fellowes

Het vastlopen van papier is de nummer 1 frustratie bij gebruikers van papiervernietigers, daarom zijn de Fellowes machines ontwikkeld om elke taak uit te voeren, hoe zwaar deze ook is. De papiervernietigers beschikken namelijk over het geavanceerde 100% Jam Proof systeem.

Dit gepatenteerde systeem voorkomt papieropstoppingen voordat deze kunnen plaatsvinden, doordat de dikte van het document bij het invoeren elektronisch gemeten wordt. De indicatorlampjes bij de invoeropening geven aan of de paginacapaciteit overschreden wordt. Bij een groen tot geel lampje zit u binnen de toegestane paginacapaciteit, bij een rood lampje wordt er een teveel aan papier ingevoerd en moet hiervan een deel verwijderd worden. Daarnaast werken de 100% Jam Proof papiervernietigers krachtig door bij fout ingevoerde documenten. De machine pauzeert de motor, duwt het papier even terug uit de messen en zet dan extra kracht bij om de taak te volbrengen.

Fellowes biedt een compleet assortiment 100% Jam Proof papiervernietigers. Van modellen voor gebruik op een thuishandkantoor of gedeeld gebruik op een klein kantoor tot professionele papiervernietigers voor meerdere gebruikers op een groot kantoor. Ongeacht het model kunt u kiezen voor vernietigen in stroken of in snippers.

Probleemloos vernietigen doet u met 's werelds sterkste papiervernietigers van Fellowes!



Verras uzelf,...
met de Papyrus papiercollectie!



www.papyrus.com/nl

PAPYRUS

supporting you

quantore®

MEGA KNALLER 2

www.megaknaller.nu

De meest explosieve aanbiedingen van uw kantoor specialist

Premium kopieerpapier

€ 3,09 VANAF

Let op! Goedkoper bij grotere aantallen!

QUANTORE KOPIER- EN PRINTPAPIER PREMIUM	Art. nr.	Omschrijving	Van	Voor
• Helder wit papier van uitstekende kwaliteit, voor al uw kantoorapparatuur	127799	Quantore kopieerpapier 6,95		
• Chlorofarm met internationaal keurmerk	Staffel	5 pak = 1 doos		3,95
• Pak 3 500vel.		10 pak = 2 dozen		3,69
• Doos 3 Spak		100 pak = 1/2 pallet		3,29
• Prijs per pak		200 pak = 1 pallet		3,09

Unilux creëert visueel comfort

Sinds enige tijd is Hamelin b.v., bekend van de merken ELBA, Oxford en Canson, ook actief op de Nederlandse markt met de verkoop van Unilux-producten. Unilux produceert onder andere hoogwaardige bureaulampen en streeft er al jaren naar, de verlichting rond kantoorwerkplekken te verbeteren.

Een goede verlichting maakt een essentieel onderdeel uit van de totale ergonomie rond een kantoorwerkplek. Dit onderdeel krijgt echter te vaak te weinig aandacht bij de inrichting van die werkplek. Unilux, producent van onder meer verlichtingsoplossingen, staat in de branche bekend om zijn onderzoeken naar de juiste (in alle opzichten) kantoorverlichting. Bij die onderzoeken werkt het bedrijf nauw samen met ergonomen, oogartsen en industrieel ontwerpers. Zo is niet alleen onderzocht wat de beste hoogte is voor een bureaulamp, maar ook, bijvoorbeeld, welke lichtsterkte optimaal is en zelfs hoe warm de kleur van het licht moet zijn. Op basis van de resultaten van die onderzoeken ontwikkelt Unilux bureaulampen die bijdragen aan het visueel comfort, het concentratievermogen en het algehele welzijn van medewerkers. Uitgangspunt is het op de juiste manier nabootsen van daglicht, waardoor kunstlicht toch een positief biologisch effect bij de medewerker kan opleveren.

Scala

Unilux heeft een breed scala aan bureaulampen. Het assortiment omvat zowel halogeen- als led- en spaarlampverlichting. Alle producten hebben een geheel eigen uitstraling, het design van de lampen is zonder meer verfrissend te noemen.

De juiste verlichting vereist de juiste lamp.

Om die 'match' van specifieke situatie en passende verlichtingsoplossing makkelijker te maken, heeft Unilux een rankingsysteem ontwikkeld. Want de lampen hebben verschillende eigenschappen, bijvoorbeeld op het gebied van lichtsterkte en -spreiding.



Kwaliteit én duurzaamheid

De verlichtingsproducten van Unilux worden geproduceerd in een eigen fabriek in Frankrijk. De productie vindt geheel in eigen beheer plaats, daarom is de kwaliteit altijd gegarandeerd en kan Unilux voor alle producten een garantietermijn van één tot tien jaar aanbieden. De prijs/kwaliteitverhouding is belangrijk, maar Unilux heeft ook duurzaamheid hoog in het vaandel staan. Al in de ontwikkelingsfase van een product streeft Unilux ernaar, de impact op het milieu minimaal te houden. Daarom worden veel recyclebare materialen gebruikt, en stimuleert de onderneming de toepassing van milieuvriendelijke lichtbronnen, zoals led-verlichting. Alle lampen zijn voorzien van een 'Energie'-etiket met daarop het energieverbruik van die lamp.

Kantooraccessoires

Behalve verlichtingsoplossingen produceert Unilux ook receptie- en kantooraccessoires, zoals kapstokken, kledingrekken, prullenbakken, voetensteunen en klokken. Voor Hamelin b.v. betekent de uitbreiding met de Unilux-producten dat haar klanten, naast hoogwaardige producten voor archivering, notitieproducten en papier, nu ook bij haar terecht kunnen voor kantoorverlichting en -accessoires. ■

Wilt u meer weten over de producten van Unilux of wilt u de nieuwe catalogus bestellen?

Neem contact op met Hamelin via

sales.hamelinNL@hamelinbrands.com of 077-3731551.

U vindt ook informatie op www.unilux.fr en www.hamelin.nl.

unilux
Créateurs de lumière

Asperger
 Dementie
 Beroerte
 hersenletsel
 Depressie
 hersentumor
 angststoornissen
 Parkinson
 dystaxie
 ADHD
 ALS
 migraine
 slaapprobleem

Al deze aandoeningen zijn hersenaandoeningen die het leven ingrijpend beïnvloeden en vaak verkeerd worden begrepen.

Stuur daarom hersenvondersucht naar op giro 360, of naar de website via www.hersenvondersucht.nl.



Hersenvondersucht
 Nederland

Hersenvondersucht: alles wat we begrijpen, kunnen we goed behandelen.

Dark & Light heet vanaf nu LIGHT FOR THE WORLD

• Nieuwe naam • Groter bereik • Zelfde beweging

Meer informatie?
www.lightfortheworld.nl

GIRO 131
 Verendaal

voor bestrijding van wettelijke blindheid en inclusie van mensen met een handicap

OLFA

TOPLAAG SNIJDER
TS-1

Verkrijgbaar bij
Oomen Trading Europe BV

Voor meer informatie, check www.olfa.nl

Ideaal voor het snijden van krantartikelen, coupons etc. U heeft geen slijmat nodig, de TS-1 snijdt namelijk alleen de bovenste laag!

OysterMouse

De eerste muis geschikt voor Het Nieuwe Werken

- Geschikt voor rechts- en linkshandig gebruik!
- Ergonomisch gevormd, verstelbaar in vijf standen van 20 - 70°, rechts en links.
- Verlaagt spanning in hand-, pols- en armspieren.
- Bepaal nu zelf uw comfortabele houding.

5 knoppen + scroll • draad en draadloos • oplaadbare batterij • Plug & Play • geschikt voor PC & Mac • 1200 dpi

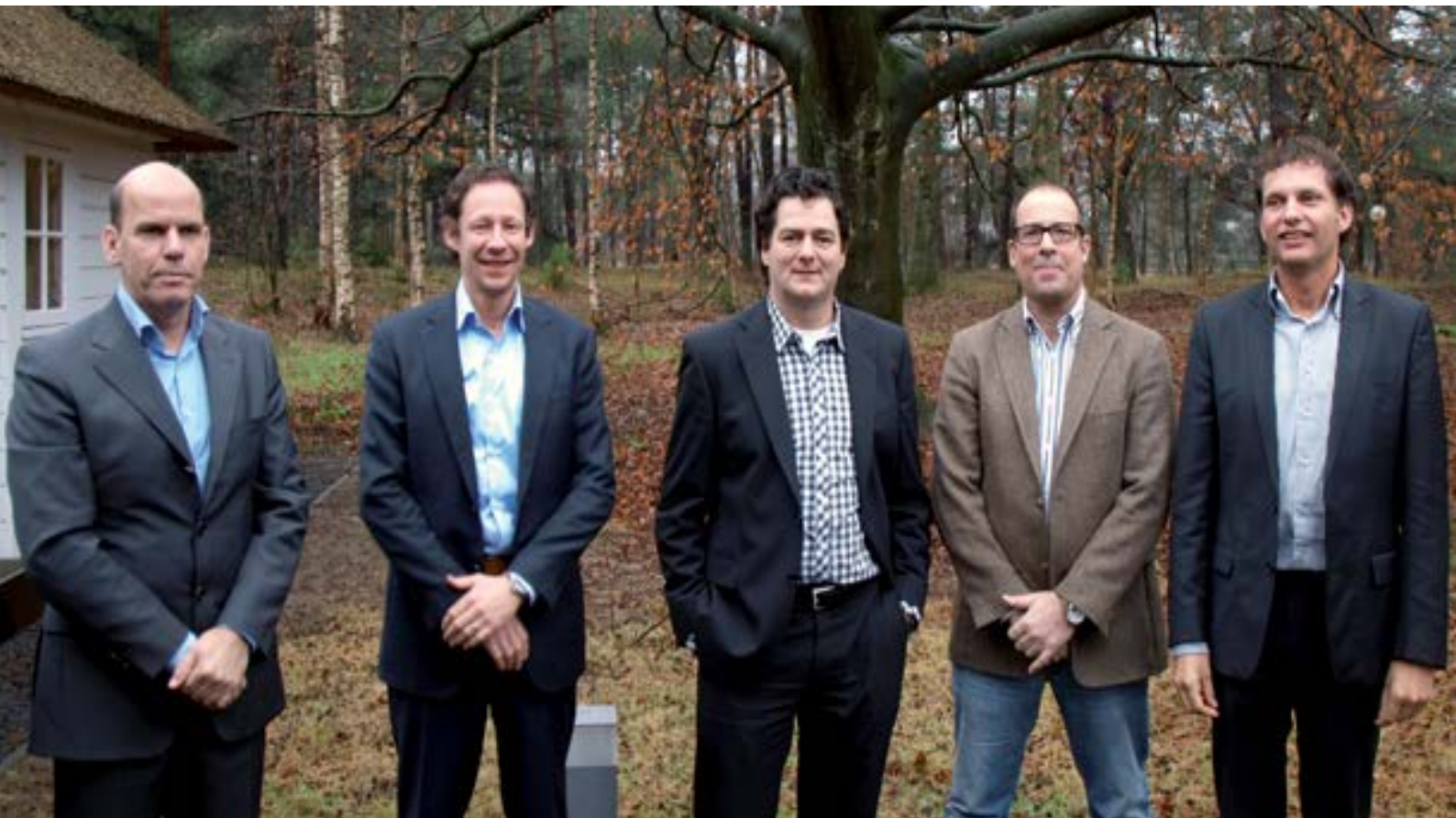
één muis biedt 10 verschillende posities!



BACKshop

healthy computing

Vareseweg 43 • 3047 AT Rotterdam
 T +31 (0)10 470 26 11 • F +31 (0)10 471 67 75
info@backshop.nl • www.backshop.eu



Papier is best handig

Digitalisering, imago, concurrentie, milieulabels, papier heeft het zwaar in de kantooromgeving. Om meer inzicht te krijgen in de achtergronden van de diverse problemen, organiseerde OfficeMagazine.nl een tafeldiscussie met toonaangevende partijen in de branche.

Deelnemers:

- Marien Elbertsen, sales director office Benelux bij StoraEnso
- Willy Kuiper, product manager digital & office Benelux bij Papyrus Groep Nederland, Papyrus NV/SA
- Wilbert Hofmeester, manager marketing bij Quantore
- Michel Wanner, business manager office bij Antalis
- Marcel Jacobs, sr manager environment, quality & social compliance Europe bij Office Depot

De discussie werd geleid door Michael van Munster, uitgever van onder andere OfficeMagazine.nl. Locatie was het ISVW te Leusden.

De discussie vond plaats aan de hand van enkele stellingen.

Stelling 1: Waarom zoveel soorten kantoorpapier? De klant kan er geen wijs meer uit, en de eindgebruiker pakt gewoon wat er in voorraad is.

Volgens Marien Elbertsen valt het nogal mee met die vele soorten.

Willy Kuiper wijst erop dat er veel soorten papier zijn, maar er zijn ook verschillende toepassingen. “De ene soort is meer geschikt voor laserprinters, de andere voor inkjet. En er zijn papersoorten die voor alles en nog wat geschikt zijn. Als je rekening wilt houden met het milieu, dan heb je lichtere papersoorten en/of soorten met diverse milieu keurmerken.”

De ervaring van Michel Wanner is dat met name bij aanbestedingen er nogal wat wensen zijn wat betreft gladheid, witheid, duurzaamheid, wel of niet geschikt voor kleur.

Elbertsen is sceptisch: “In feite zijn er maar weinig soorten papier. Er zijn gemakkelijk horizontale vergelijkingen te maken, waarschijnlijk zijn er in werkelijkheid minder dan 10

echt verschillende soorten.” Wanner laat de klanten aangeven wat zij belangrijk vinden. “Qua witheid, gladheid, assortiment, duurzaamheid, labels. Dan leg ik verschillende soorten naast elkaar zodat ze kunnen vergelijken.”

Kuiper doet het anders: “Ze vragen zelf technische datasheets, paper profiles enzovoort.”

Wilbert Hofmeester gaat in op de beschikbaarheid: “Als je een doos papier hebt staan, dan stop je dat in je machine, en in 90% van de gevallen werkt dat prima. Het merendeel van het office-papier voldoet gewoon aan de standaard behoefte.”

Volgens Marcel Jacobs is het duidelijk: “De eindgebruiker zal het vaak worst wezen wat voor papier erin zit.”

Hofmeester gaat verder: “Als het werkt, gaat het goed maar als het storing oplevert, dan gaat de eindgebruiker klagen – bij de inkoper. En die gaat dan kijken of een andere soort papier misschien beter werkt.”

Kuiper geeft aan dat het ook met marketing te maken heeft waarom er diverse papiermerken zijn, bijvoorbeeld wederverkopers hun eigen naam op de wikkel hebben, terwijl het papier niet echt anders is.

Hofmeester geeft toe dat ook Quatore eigen labels heeft, “maar we hebben natuurlijk ook de belangrijke labels, de A-merken. De eindgebruiker heeft ook vaak een bepaalde voorkeur, en als die daar tevreden over is, en bereid de prijs ervoor te betalen, dan is er ook geen behoefte om te switchen.”

Jacobs vervolgt: “Vaak zie je dat de inkoper allerlei informatie wil over het papier, maar uiteindelijk is het de prijs die de keuze bepaalt.”

Volgens Hofmeester is er ook geen echt slecht papier meer.

Kuiper geeft aan dat er een trend is naar steeds minder verschillen. “We proberen steeds meer te harmoniseren, dat kan met verschillende landen, ook lokaal, dat heeft te maken met efficiency, kostenbesparing.”

Jacobs is het daarmee eens: “Voorheen hadden we iets van 20 pagina’s in onze catalogus aan papier, en dat is nu teruggebracht tot ik geloof 5. Je moet natuurlijk wel meerdere soorten kunnen aanbieden.”

Stelling 2: De digitalisering is totaal geen bedreiging voor de papierbranche.

Kuiper reageert direct: “Absoluut wel!”

Elbertsen relativeert: “Het is maar net hoe

je het definieert. Als je zegt dat het consequenties heeft voor het papierverbruik, dan klopt de stelling. Want je ziet een daling en die is al jaren gaande.”

Wanner vult aan: “De overheid gaat ook die slag maken, en dat is natuurlijk een enorme verbruiker.”

Kuiper concludeert: “Je moet dus kijken wat je nog meer kunt doen voor je doelgroep. Of andere doelgroepen benaderen, bijvoorbeeld door diversificatie. Dat zie je steeds meer spelers doen. Je hebt ook andere toegevoegde waarde producten, denk aan verpakkingen, supplies, et cetera.” Maar je doodstaren op digitalisering is ook niet perfect: “Gemeentes hebben de raadsvergaderingen nu via de iPad, en dan roepen ze: we besparen zoveel op de kosten voor papier. Ze zeggen er niet bij hoeveel ze kwijt zijn voor de aanschaf van al die tablets, en de IT die erachter zit.”

Hofmeester wijst ook op de kostenbesparing voor het niet meer hoeven distribueren van al die pakken papier naar de mensen thuis.

Elbertsen gaat erop in: “Die tablets, ik denk dat het een tendens is maar dat er altijd wel papier nodig zal blijven. Nu zie je veel organisaties zeggen: geen papier meer.





Maar op een bepaald moment gaat zich dat uitbalanceren.” Hofmeester valt hem bij: papier is toch ook best handig! “Jongeren doen alles van een scherm, ze printen nauwelijks meer wat uit. Maar van de andere kant: papier zal nooit verdwijnen. Er zal altijd behoefte aan zijn om bepaalde dingen op papier te krijgen of te zetten.”

Jacobs scherpt dit aan: “Je zoekt dus een bepaalde balans tussen de informatie waar je direct toegang toe wilt hebben, en informatie die een waarde voor je heeft.”

Volgens Elbertsen heeft papier ook een hogere attentiewaarde. “Als je een mailing verstuurt, heeft dat minder impact dan wanneer je een brief stuurt op mooi papier. Die valt eerder op, je leest die brief eerder en met meer aandacht dan een mailtje.”

Stelling 3: Er zijn er veel teveel milieulabels voor papier.

Jacobs heeft deze stelling ingebracht om de discussie aan te zwengelen naar aanleiding van het Sustainable Office initiatief. “Mensen kopen iets maar weten niet wat de levensduur van het product is en wat er daarna mee gebeurt. Het gaat niet om welk labeltje erop staat, het gaat erom waar het papier vandaan komt, hoe het gemaakt is, wat je ermee doet einde levensduur.”

Elbertsen vult aan: “En iedereen legt zijn eigen maatstaven aan, en dan wordt het natuurlijk allemaal nog complexer.”

Hofmeester herkent dit: “Als iedereen zich zou conformeren aan bestaande labels, dan was er niets aan de hand. Maar wat gebeurt er: als we aan bepaalde voorwaarden niet voldoen, dan verzinnen we zelf wel een groen blaadje als

ecostempel.” Jacobs vertelt dat Sustainable Office bezig is in een groot verband naar één label te streven. “Het idee erachter is dat je één label hebt met drie niveaus, voor alle producten in de office-industrie. En op productniveau een nivellering tussen A en G, net zoals bij auto’s en gebouwen. Dat biedt nog steeds marktdifferentiatie binnen een merk, een productcategorie, de koper kan op een transparante manier vergelijken.”

Die vele labels zijn vaak niet eens consistent, volgens Elbertsen. “Iedereen kent FSC, omdat er jarenlang publiciteit aan gegeven is. Maar wat is FSC? De eisen variëren per land. Maar wat gaat dat nieuwe label toevoegen aan de labels die er al zijn?”

Jacobs antwoordt: “Waarde. Als je alle labels met elkaar vergelijkt, hebben ze allemaal hetzelfde probleem: ze richten zich op één element. Ze plakken tegenwoordig Blue Angel op een laptop omdat er een gerecyclede behuizing op zit en die toevallig aan de EU-directive voldoet.”

Hofmeester vult aan: “Terwijl er aan de binnenkant nikkel of cadmium of kinderarbeid zit.” Hij is van mening dat er enige gemakzucht heerst: “De labels die je kunt krijgen, die zet je allemaal op je verpakking.”

Elbertsen werpt tegen: “Dat klopt niet, de eisen om aan bepaalde normen te voldoen worden steeds stringenter. In mijn perceptie is het EU-label het meest brede label dat er is voor papier.”

Volgens Jacobs kan het ene ecolabel niet worden afgezet tegen een ander omdat de eisen per land verschillen.

Wanner geeft toe: “Maar het product voldoet dan wel aan

minimale eisen.” Jacobs relateert: “Dat is gewoon voldoen aan de wetgeving, dan moeten we allemaal.”

Kuiper vult aan: “en die eisen zijn best fors én ze worden steeds strenger.”

Hofmeester vertelt: “Vorig jaar hadden wij in onze catalogus 57 verschillende milieulogo's van allerlei productgroepen. In de catalogus van dit jaar heb ik er nog maar 12. We hebben alles eruit gehaald wat onbekend of door fabrikant zelf verzonden is. Maar uiteindelijk willen we gewoon overal van af en 1 logo overhouden waar keurig netjes een meetlatje naast staat. Dan kan de consument snel zien waar dat product voor staat.”

Elbertsen is helaas wat sceptisch geworden in de loop der jaren. “We maken het mee dat we aan een groot bedrijf milieuvriendelijk papier met label verkopen. Daar komt dan een persoon langs met een mooi verhaal over gerecycled papier, en ze zijn direct om! Dan hebben we het over een milieuspecialist van een multinational! Ze vragen niet: wat zijn die emissiewaarden dan, wat is het energieverbruik? Dan krijgen ze een heel ander verhaal. Ze vergelijken de feiten niet met feiten, en dat baart me wel zorgen.”

Wanner wijst op de rol van het imago: “Grote organisaties kunnen zich ook niet permitteren om slecht papier in te kopen, dus ze kijken wel uit. De inkoper zal zich dus moeten oriënteren of het papier wel goed is. Maar heb je een goed logo, gaat daarmee je imago wel beter worden? Want mensen moeten wel weten waar het voor staat.”

Stelling 4: De EUTR-directive is alleen maar een administratieve last.

Deze stelling leidt niet echt tot een discussie omdat de meesten niet op de hoogte zijn van de strekking van deze directive. Jacobs, die de stelling inbracht, licht toe: “Het is de European Timber Regulation Directive. Die gaat maart 2013 in en die gaat eigenlijk nog veel verder dan Chain of Custody van FSC. Die directive is opgezet volgens de richtlijnen van het Global Force Network GFN waarmee je tot de oorsprong inzichtelijk kunt maken voor de gehele keten waar jouw papierproducten vandaan komen. Daarmee willen ze illegaal hout bannen

van de Europese markt. Dat geldt voor alle houtgerelateerde producten. Zo is er een blacklist opgesteld van landen waarvan geen hout mag worden ingevoerd, en een blacklist van leveranciers. Die directive heeft een behoorlijke impact op je ketendiscussie, want je moet uiteindelijk weten wat waar vandaan komt.”

Stelling 5: Papier kun je net zo goed laten leveren door de leverancier van de MFP, die weet ook welke soort het beste is voor die specifieke machine.

Hofmeester merkt dat de eindgebruiker steeds meer het papier meebestelt met zijn andere kantoorbehoeften.

Wanner werpt tegen dat je bij de grote aanbesteders toch wel vaak alleen een papierleverancier ziet.

Kuiper wijst op het aspect naamsbekendheid: “Als er een machine staat van merk A, ziet niemand dat. Maar als er een doos papier naast staat met daarop in grote letters merk A, dan valt dat wel op. Dus de machineleveranciers hebben er toch wel baat bij om het papier ook met hun naam aan te bieden, om die merkbekendheid te combineren.”

Volgens Wanner is de wens om ‘eigen merk’ papier bij een machine te leveren een stuk minder dan vroeger.

Elbertsen stelt: “Sommige fabrikanten zijn daar actiever in dan andere. Soms is het makkelijk: als ik dan toch een machine van merk A neem, is het gemakkelijk dat ik ook het papier bij hen afneem.”

Kuiper kan zich best voorstellen dat de leveranciers van machines ook proberen het papier te leveren. “Dat kan best, maar dan ga je je afvragen wat de toegevoegde waarde is van andere kanalen, voor een groothandel.”

Wanner is stellig: “De kennis van papier ligt bij een (papier)groothandel op een hoger niveau dan bij een leverancier van machines of een van kantoorartikelen. Het is uiteindelijk onze core business!”

Elbertsen draait het om: “Grote afnemers zoals fabrikanten van printers zoeken vaak rechtstreeks contact met de fabrieken. Die stellen dan ook eisen ten aanzien van de papierspecificaties.”

Men is het er wel over eens dat niet alle machine-leveranciers de focus ook op

papier hebben. Hofmeester: “Dat hangt af van de strategie van het bedrijf. En ze besteden dat dan ook weer uit, degene die de kopieermachine verkoopt, gaat niet zelf met pakken papier sjuwen.”

Stelling 6: Ketendenken en -handelen is de toekomst voor papierleveranciers.

Jacobs is van mening dat dit niet alleen voor papierleveranciers geldt.

“Je ziet dat er meer behoefte ontstaat bij klanten om te denken in oplossingen en toepassingen. Als de papierleverancier niet in staat is in nieuwe concepten te denken, in andere verpakkingseenheden te denken, in andere oplossingen van aanleveren te denken, gaat die het niet redden.”

Wanner denkt dat dit niet alleen geldt voor de producent. “Groothandels moeten wel oplossingen aan kunnen bieden aan klanten om in de gehele keten slim na te denken. Dat kun je alleen maar doen als je samen met een klant in een traject zit. En die jou dus ook in de keuken laat kijken.”

Jacobs wijst op het belang van transparantie, van een echt partnership.

Volgens Wanner is er dan een probleem voor nieuwe leveranciers: zittende leveranciers zijn dan al meer verankerd in een organisatie.

Jacobs weer: “Als je laat zien dat je structureel meedenkt met de klant, krijg je letterlijk meer waarde voor die klant. Dat is investeren in je klant, in je relatie en je continuïteit. Dat zou eigenlijk continu je doelstelling zou moeten zijn.”

Elbertsen wijst op een probleem: “Je probeert zo efficiënt mogelijk te produceren, daardoor heb je wel eens de neiging om daar de focus op te leggen in plaats van meer te kijken naar wat de klant wil. De prijs speelt ook een grote rol voor de eindafnemers, en vaak is men niet bereid om voor service te betalen.”

Volgens Jacobs zijn er juist kansen dankzij de trend van personalisatie. “Als meer toeleveranciers in staat zijn om ons mogelijkheden en oplossingen aan te reiken om te personaliseren, op een efficiënte manier, dan denk ik dat je weer kunt groeien. Mensen willen gewoon iets anders hebben dan wat anderen hebben. Maatwerk.” ■



Mythes over papier ontkracht

Over papier bestaan veel misverstanden en dat leidt tot een slecht imago - onterecht! In dit artikel zetten we een aantal mythes op een rij, en ontkrachten we die meteen.

Mythe 1: Het produceren van papier vernietigt bossen.

Feiten: Papier is afhankelijk van duurzame bosbouw. De Europese bossen zijn sinds 1950 gegroeid met meer dan 30% en daar komt elk jaar een oppervlak bij ter grootte van 1,5 miljoen voetbalvelden. 90% van de ontbossing wordt veroorzaakt door agrarische praktijken. De papierindustrie is een relatief kleine gebruiker van hout. Van al het hout dat mondiaal wordt gehaald uit bossen, wordt 53% gebruikt voor energieproductie, wordt 28% in houtzagerijen verwerkt en wordt slechts 11% in de papierindustrie gebruikt.

Mythe 2: Papier is slecht voor het milieu.

Feiten: Papier zou wel eens de meest duurzame manier van communicatie kunnen zijn. De basis van papier is hout, een natuurlijk en hernieuwbaar materiaal. Tijdens de groei

absorberen jonge bomen CO₂ uit de atmosfeer. Bovendien houdt papier, als houtproduct, tijdens zijn leven koolstof opgeslagen. De hoeveelheid koolstof die is opgeslagen in bosproducten komt neer op ongeveer 540 miljoen ton CO₂ per jaar.

Mythe 3: Het papier dat ik gebruik, verbruikt een heleboel energie.

Feiten: Klopt, maar veel minder dan je zou denken. Vergeleken met andere industrieën is de papierbranche een redelijk kleinschalige aangelegenheid. Toch heeft de papierindustrie de onterechte reputatie dat hij uitermate veel energie verbruikt. Enkele feiten: gemiddeld kost het 500 kilowatt-uur (kWh) aan elektriciteit om 200kg papier te produceren, de gemiddelde hoeveelheid die ieder van ons per jaar verbruikt. Is dat veel? Het is evenveel als:

- de hoeveelheid stroom die een computer in vijf maanden tijd verbruikt;
- de hoeveelheid stroom die een 60w-lamp in één jaar tijd verbruikt;
- de energie die een gemiddeld huishouden per jaar verbruikt als het al zijn elektrische apparatuur op standby laat staan.

De papierindustrie is bovendien één van de grootste gebruikers van hernieuwbare, weinig CO₂ producerende energie. De pulp- en papierindustrie heeft een leidende rol op het gebied van bio-energie in Europa. 52% van de energie die de industrie gebruikt is afkomstig van biomassa en de sector is verantwoordelijk voor 27% van de totale productie van energie op basis van biomassa in de EU.

Mythe 4: Papier heeft een grote CO₂-footprint.

Feiten: Niet zo groot als je denkt! Het produceren van de 200kg papier die we gemiddeld per jaar per persoon verbruiken, zorgt voor ongeveer 130-250kg aan CO₂, afhankelijk van de energiebron. Dit is te vergelijken met veel andere kleinschalige huishoudelijke activiteiten, en ongeveer gelijk aan de hoeveelheid CO₂ die een middenklasse-auto produceert als deze 1.000km rijdt. De pulp- en papierindustrie heeft de uitstoot van CO₂ per geproduceerde ton papier met 42% verlaagd vergeleken met 1990 en met 8% in het algemeen. Hoezo goed bezig? Het lezen van een krant kan 20% minder koolstof verbruiken dan het on-line lezen van het nieuws.

Mythe 5: Het rooien van nieuwe bomen voor papier is slecht.

Feiten: Niet waar! Bij het kiezen van het papier moet je zijn totale levenscyclus beschouwen en niet alleen de bron van de vezel. Nieuwe vezels (virgin fibre) zijn altijd nodig om gerecycled papier te maken. 40% van nieuwe houtvezels is altijd nodig om de mondiale vezel-cyclus gaande te houden. Het is heel moeilijk om een directe vergelijking te maken tussen de milieu-impact van gerecycled papier versus papier van nieuwe vezels. Beide zijn belangrijk en hebben een even groot milieu-argument.

Bossen maken deel uit van de cyclus die helpt de CO₂ uit de atmosfeer te halen. Dit geldt voor zowel bomen als hout en papierproducten, die de koolstof blijven opslaan gedurende hun gehele leven en zo een continue bijdrage leveren aan het terugdringen van de klimaatverandering. Het feit dat papierproducten kunnen worden gerecycled houdt in dat hun levenscyclus kan worden verlengd, waarmee het voordeel groter wordt en afval wordt verminderd.



Mythe 6: Papier veroorzaakt een heleboel afval.

Feiten: Niet waar! De Europese papierindustrie is voorloper op het gebied van recycling en omdat de lokale inzamelsystemen steeds beter worden georganiseerd, zal het recyclingvolume alleen nog maar groter worden – en het volume afval dus kleiner. Papierafval is tegenwoordig een gewild product. Meer dan 83% van al het papier dat in Europa wordt ingezameld, wordt ook in Europa gerecycled. In onze multimediale wereld zou papier wel eens het meest duurzame communicatiemedium kunnen zijn. Elektronisch afval vormt nu de snelst groeiende component van de gemeentelijke afvalstroom. De hoeveelheid elektronische producten die wereldwijd wordt weggegooid is explosief gestegen naar 20-50 miljoen ton per jaar. In Europa groeit de hoeveelheid 'e-waste' met 3-5% per jaar, bijna drie keer zo snel als de totale afvalstroom.

Er zitten dus twee kanten aan het papierverhaal, en je hoeft je dus niet meer schuldig te voelen als je het gebruikt. Papier is vernieuwbaar, te recyclen en geproduceerd door een milieubewuste industrie waarvan de toekomst afhangt van het planten van meer bomen dan deze verbruikt, en die constant bezig is met het verbeteren van de normen in de gehele toeleveringsketen. ■

Bron: vrij naar 'Print and Paper Myths and Facts', uitgave van Two Sides, www.twosides.info



Nederlandse papiersector wereldwijd koploper in energiemangement

Op 26 januari 2012 verkreeg papierproducent Sappi in Nijmegen het nieuwe ISO 50001-certificaat tijdens een bijeenkomst van NEN, branchevereniging VNP, SCCM en Agentschap NL. Hiermee toont Sappi aan, wereldwijd één van de koplopers te zijn in het systematisch managen van de energiehuishouding en het verbeteren van de energieprestaties.

In de praktijk blijkt dat energiemangement bedrijven miljoenen euro's aan besparingen kan opleveren. Van 2006 tot 2010 bespaarde Sappi onder meer 17 procent aardgas. Dat is evenveel als de inwoners van de wijk Hartert in Nijmegen (10.000 mensen) per jaar gebruiken.

Energietransitie

Directeur Gerrit Jan Koopman van VNP: "De papiersector was een van de eerste die zich richtten op energietransitie, met als gevolg dat de sector de afgelopen jaren flink verduurzaamd is. Nederland staat in de top-3 van papierrecyclende landen ter wereld, reststromen fungeren opnieuw als energiebron of grondstof, er wordt gebruik gemaakt van duurzame energiebronnen, en bedrijven ontwikkelen voortdurend nieuwe toepassingen zoals duurzame verpakkingen. De ISO 50001-certificering vormt

de kroon op het werk en maakt ook aan de buitenwereld zichtbaar hoe duurzaam de sector is."

Energiedashboard brengt besparingen in beeld

De nieuwe NEN-ISO 50001 is een mondiale norm voor energiemangementsystemen. De norm biedt richtlijnen voor organisaties die op systematische wijze hun energieprestaties aanzienlijk willen verbeteren en kosten reduceren. De kern zit in het feit dat je als bedrijf ziet hoeveel energie je gebruikt, waar je kunt besparen en wat dat oplevert. Sappi heeft een energiedashboard in haar operatorroom waar actuele verbruiken worden gevolgd. Dit, en de systematische aanpak volgens NEN-ISO 50001, zorgt ervoor dat alle besparingsmogelijkheden in beeld zijn. Veel besparingen vragen geen tot weinig investeringen en zijn pure winst voor het bedrijf. Zo zijn bij diverse papier-



fabrieken door aanpassingen aan machines besparingen gerealiseerd van meer dan een miljoen euro per jaar. Ook 7 andere Nederlandse papierbedrijven zijn van plan zich te laten certificeren voor ISO 50001. Agentschap NL ondersteunt deze bedrijven in het kader van de meerjarenafspraken energie-efficiëntie (MJA/MEE).

Energiemanagement

De verschillende sprekers gaven een toelichting op de visie en het hoe en waarom van de prestaties van de papierindustrie in het algemeen, en Sappi in het bijzonder. Zo gaf Mat Quaedvlieg, directeur Sappi Fine Paper Europe, toe dat papier een imagoprobleem had. Hij constateerde ook dat het hoogvolume daalde, terwijl het hoogwaardig papier toekomst heeft. Quaedvlieg wees ook op het grote belang dat papier nog in de derdewereldlanden had (onderwijs, informatie). Hij noemde ook het convenant dat de papierproducenten hebben gesloten om in 2020 het energieverbruik van de fabrieken per ton eindproduct te halveren, uitgangspunt hierbij is 'people, planet, prosperity'.

Vervolgens lichtte Marcel van Veen van Sappi Nijmegen de aanpak van 'zijn' fabriek toe: men ging uit van de zogeheten trias energetica (energie besparen, inzetten van duurzame energie en voor de resterende energiebehoefte fossiele brandstoffen zo efficiënt mogelijk inzetten). Op basis van een businessplan werd gestreefd naar een nog lager energieverbruik. Met als doel het bijdragen aan een continu verbeteren van de energieprestaties van de mill werden bestaande procedures aangepast. Dat resulteerde in de al eerder genoemde gasbesparing van 17 procent in de jaren 2006-2010. Energiemanagement werd op deze manier werkelijk een dagelijkse gang van zaken.

Kroon

De volgende spreker was Henk van Houtum, voorzitter van branchevereniging VNP. Volgens hem was de ISO

50001-certificering van Sappi Nijmegen een kroon op het werk van het team daar, en straalde die waardering af op de gehele papierindustrie in Nederland. Volgens Van Houtum heeft de papierindustrie zelfs een regisseursfunctie in de bio-based economy. Hij wees op de samenwerkingsverbanden met onder andere de agrarische industrie op het gebied van biogas. Verder benadrukte Van Houtum het belang van een integrale aanpak van energiemangement. De Nieuwsbrief van de VNP vormt hierbij een belangrijk medium: hierin worden alle ontwikkelingen genoemd waar de aangesloten bedrijven hun voordeel mee kunnen doen. Op die manier wordt ook de gehele sector geprikkeld. Dat is ook één van de redenen waarom de papierbranche koploper is in energiemangement, en dat Nederland toonaangevend is op Europees niveau. Als laatste spreker gaf Ronald Vermeeren van Agentschap NL een inkijk in de ontwikkeling van ISO 50001 en de rol van Nederland daarin. Het resultaat, zoals verwoord door Marcel van Veen van Sappi: "Wij hoefden de ISO 50001 alleen nog maar in te koppen." Ook maakte hij van de gelegenheid gebruik om de Nederlandse vertaling en certificatieschema te introduceren. Uiteindelijk werd officieel het NEN-ISO 50001-certificaat uitgereikt aan Wayne Thomas, directeur Sappi Nijmegen. Na een hapje en een drankje kon men zich tenslotte opgeven voor een rondleiding door de fabriek.

Met het ontvangen van het ISO 50001-certificaat is bewezen dat de papierindustrie niet alleen op de goede weg is, maar zelfs leidend is op het gebied van duurzaamheid en energiemangement. Zoals Van Houtum het al verwoordde: "In de huidige succesvolle positionering van de Nederlandse papier- en kartonindustrie is het duurzaamheidsbeleid de sleutel tot succes. Het certificaat is dan een duidelijk blijk van erkenning." ■

Foto's: Horizon Photoworks, Rotterdam

Prijs voor Jalema's Premium Line

Tijdens Paperworld in Frankfurt – de toonaangevende internationale beurs voor papier, office supplies en stationery – werd de ISPA&Innovation 'product of the year award' in de categorie 'Office items and supplies' toegekend aan Jalema's Premium Line.

Premium Line is een nieuwe reeks luxueuze ('CEO-level') bureau en filing accessoires, bedoeld voor het (tijdelijk) opbergen van documenten en bureaubenodigheden. De jury beoordeelde de producten op criteria als innovatie, kwaliteit, presentatie en duurzaamheid.

De lijn werd in Frankfurt gepresenteerd in de Jalema-stand die Dutch Design als thema had meegekregen. Daarmee gaf Jalema uit Reuver (L) een visitekaartje af dat elan en toekomstgerichte visie uitstraalt. Als enige fabrikant op het gebied van office en information management (archiefooplossingen, archiefopslag, digitale oplossingen) produceert



Jalema niet alleen nog in Nederland, maar breidt haar productiefaciliteiten hier zelfs nog verder uit. Nieuwe productlijnen voor zowel het office-segment als op het gebied van information management zijn in ontwikkeling.

Quantore winnaar European Office Products Award

Quantore Europe heeft maandagavond 30 januari de European Office Products Award (EOPA) voor Dealergroep van het jaar in ontvangst mogen nemen. De prijs werd uitgereikt aan algemeen directeur Arnold Theuws tijdens de toonaangevende beurs Paperworld in Frankfurt.

Quantore werd geprezen om de enorme stappen die ze de afgelopen jaren heeft gezet. De organisatie is erin geslaagd een nieuw hypermodern distributiecentrum neer te zetten, van waaruit ze haar leden en klanten op de meest efficiënte wijze en tegen lage kosten voorziet van het breedste assortiment kantoorartikelen. Quantore ziet de award voor Dealergroep van het jaar als een bekroning op het harde werk van de afgelopen jaren. Dit is het resultaat van volharding en gezamenlijke inspanning van medewerkers en leden van Quantore.

Paperworld is de grootste internationale beurs op het gebied van kantoorartikelen, waarop alle partijen uit de branche bij elkaar komen; leveranciers, groothandels, dealers en resellers. Office Products International (OPI) is wereldwijd het meest toonaangevende mediabureau binnen deze branche. Zij reikt elk jaar tijdens Paperworld verschillende awards uit, onder meer voor product van het jaar, Corporate Social Responsibility, Reseller van het jaar, Global Expansion en Industry Achievement. Quantore liet medegenomineerden Advantia Business Solutions, Integra Office Solutions, Soennecken en Superstat Group achter zich.



Fellowes is verhuisd

Sinds 21 november 2011 is het Fellowes Benelux hoofdkantoor en het Europees distributiecentrum verhuisd van de locatie in Breda naar het nieuwe pand in Tilburg. Het nieuwe adres is:
Fellowes Benelux

Gesworenhoekseweg 3a, 5047 TM Tilburg
Postbus 2058, 5001 CB Tilburg, Nederland
Telefoon algemeen: +31 (0)13 458 0500
Telefoon klantenservice: +31 (0)13 458 0580
Fax klantenservice: +31 (0)13 458 0501

Welkom Marije | Uw laatste inlog : 2-3-2012

[mijn account](#) | [uitloggen](#)

nummer...

[Informatie](#)



Uw bestelling:



Producten: 0

Totaal: €0,00

[Producten](#)

[Prijzlijsten](#)

[GO Academy](#)

[GO Services](#)

[Contact](#)

De headset gemaakt voor smartphones.
[Lees meer >](#)



Boek hier een Demoruimte



LifeSize Room 220

Video Conferencing op zijn best

[Lees meer >](#)



In de spotlight



Toegevoegde waarde in optima forma

Desktop virtualisatie: het IT-ei van Columbus? -
Virtueel werkt echt - Veel meer dan printen: ontzorgen! - **Sociale netwerken zijn een must**

Toegevoegde waarde in optima forma

Eenvoudig gezegd is GO Telecom distributeur voor resellers die een focus hebben op Unified Communications, telecommunicatie en automatisering, data- en mobiele communicatie en audiovisuele integratie. Natuurlijk, dat is het bedrijf óók, maar 'dozen schuiven' alleen, daar is GO Telecom niet van. Toegevoegde waarde is het toverwoord. "En met ons nieuwe partnerprogramma GO Together moet die toegevoegde waarde alleen nog maar groter gaan worden", aldus Commercieel Directeur Jean-Paul Weterings.

Ooit begonnen met de verkoop van headsets vanuit een garagebox, is GO Telecom (dat overigens een nieuwe naam krijgt, zie kader) door de jaren heen uitgegroeid tot een bedrijf dat alles levert op 'connect'-gebied. Alles waarmee mensen zakelijk met elkaar in verbinding gebracht kunnen worden dus. Videoconferentie apparatuur bijvoorbeeld, want waarom zou je achteraansluiten in de files om ergens een half uur te gaan vergaderen? Voortdurend zoekt het bedrijf naar oplossingen om de communicatie zo makkelijk mogelijk te maken. "Zo doen we bijvoorbeeld veel voor het Lync-platform van Microsoft", verduidelijkt Jean-Paul Weterings. "We verkopen de randapparatuur om dat platform heen. Headsets, telefoons.....je kunt het allemaal connecten aan je Lync-omgeving. Zo heb je heel makkelijk je hele communicatielijntje op orde."

Zeeën aan tijd

Op communicatiegebied is steeds meer overlap waar te nemen. Voice en video komen samen en de kinderen van deze tijd groeien op met zaken als Skype, MSN en chat. Als zij straks toetreden tot het bedrijfsleven, dan verwachten ze niet anders dan dat dergelijke middelen voorhanden zijn. "Videoconferentie scheelt bovendien zeeën aan tijd. Voor een vergadering even naar het buitenland vliegen hoeft niet meer. De kwaliteit van video en audio is goed en het is nog veiliger dan het gebruik van email en mobiele telefoons, die veel makkelijker af te luisteren zijn. Voor de investering hoef je het ook niet te laten, die verdien je zo terug. Onderschat wat dat betreft vooral ook het fileleed in Nederland niet", legt Weterings uit.

Nieuwe naam: GO Connect

Jarenlang was GO Telecom een goede naam voor het bedrijf, maar door de dienstuitbreiding die door de jaren heen heeft plaatsgevonden dekt de naam de lading niet meer. "De naam wordt in juni dan ook veranderd in GO Connect", legt Jean-Paul Weterings uit. "Als je nu vertelt dat je bedrijf Go Telecom heet, dan moet je eerst gaan uitleggen dat je niet bezig bent met mobiele telefonie en telefooncentrales. GO Connect is alles dekkend wat dat betreft. We zijn de laatste meter tussen de persoon en de communicatienetwerken, of dat nou een telefooncentrale, IP-centrale of een Lync-omgeving is. De naam GO Connect past ook precies bij de uitstraling die wij richting de resellers willen hebben. Met onze naam én de nieuwe partnerportal worden ze straks dagelijks geconfronteerd. Heel belangrijk om daar een goede keuze in te maken dus."

Toegevoegde waarde

Weterings benadert dat GO Telecom zichzelf niet puur als distributeur ziet: "We willen niet alleen achter onze resellers staan middels het leveren van dozen met spullen. Onze succesfactor is juist de toegevoegde waarde die we ze bieden. Voorraad houden bijvoorbeeld, maar ook de juiste kennis hier in huis hebben, goede adviezen richting de resellers kunnen geven en de juiste service achteraf kunnen bieden. We gaan

voor langetermijnrelaties en die houden we graag in stand. We willen meer en meer invulling geven aan dat stukje toegevoegde waarde, in plaats van alleen die distributie doen. Je kunt makkelijk zeggen dat je 'value-add' distributeur bent, maar dat moet je wel continu laten zien.”

GO Together

Juist om voor nóg meer toegevoegde waarde te zorgen, wordt op 2 april het partnerprogramma GO Together gelanceerd. “De naam omvat feitelijk al waarvoor het gaat dienen. We willen de vaste relaties nog meer toegevoegde waarde gaan bieden”, legt Marije van Helvoort (Marketing Consultant) uit. GO Telecom wil middels dat programma bijvoorbeeld alle kennis die in huis is ook gaan delen met de resellers, die het op hun beurt weer kunnen overdragen aan de eindgebruikers. Van Helvoort: “De fysieke basis daarvoor wordt een internetportal die we nu, naast een nieuwe website, aan het bouwen zijn. Die portal moet het punt worden waar iedere partner elke dag even kijkt wat er gebeurt. Is er nieuws? Welke acties zijn er? Welke seminars komen eraan? Niet alleen

bij GO Telecom, maar in de hele industrie, dat is het streven.”

Informatieplatform

Er komt dus een informatieplatform waar de resellers, die stuk voor stuk een inlogcode ontvangen, alle kennis vandaan kunnen halen. “Ook nu informeren we onze partners al iedere week over nieuwe diensten, producten en events, maar dat gebeurt via een mailing”, legt Jean-Paul Weterings uit. “In die mailing kun je echter niet alles meenemen, dus feitelijk bepalen wij nu wat ze wel en niet te zien krijgen. Dat gaan we andersom doen. We stellen straks alle kennis die we hebben beschikbaar en de reseller bepaalt waar hij wel of niet iets mee gaat doen. Hij weet straks: ‘als ik naar de partnerportal van GO Telecom ga, dan kan ik al die informatie vinden’. Idealiter – en ik beseft dat het niet erg realistisch zijn – moet onze portal straks bij iedere reseller als startpagina ingesteld staan. Er moet inhoud op komen te staan, waar ze écht wat aan hebben. Gaat dat vanaf dag één lukken? Vast niet, maar middels feedback die we gaan krijgen, moet er drie maan-

den na de lancering iets heel mooi staan.” GO Telecom wil ook meer trainingen en seminars gaan organiseren. “Ook dat is er straks allemaal terug te vinden”, vertelt Marije van Helvoort. “Aan ons straks de taak om het leuk en dynamisch te houden, anders komen ze niet meer terug. Het mag geen statische omgeving worden.”

Wauw-effect

Ook voor de eindafnemers brengt het nieuwe partnerprogramma voordelen met zich mee, weet Van Helvoort: “Voor hen is het natuurlijk ook beter als de reseller zoveel mogelijk kennis heeft. De reseller moet bijvoorbeeld weten wat de toegevoegde waarde van videoconferencing is. Als je dat niet goed kunt uitleggen, dan heeft de klant er niets aan. Hoe meer informatie wij via dat kanaal kunnen sturen hoe beter.” Jean-Paul Weterings liep al enige jaren rond met dit plan: “Nu het bijna zover is wordt het spannend. We moeten het ook bij hen tussen de oren krijgen. Op dag één moet er een wauw-effect ontstaan. Ze moeten enthousiast worden. Wij zijn het in ieder geval al, dus daar zal het niet aan liggen.” ■



Desktop virtualisatie: het IT-ei van Columbus?

In de meeste organisaties is virtualisatie een standaard tool geworden omdat het is gebaseerd op een strategische beleidsbeslissing. Die beslissing werd gemotiveerd door zaken als kostenbesparing, een praktischer beheer van de IT-omgeving, Het Nieuwe Werken en trends als Bring Your Own Device. Moeten we daarom allemaal maar overgaan op (desktop) virtualisatie?

De drivers voor het overgaan op desktop virtualisatie kunnen voor elke organisatie anders zijn, of een verschillende prioriteit hebben. Voor de één kan de overstap worden ingegeven door de mogelijkheid die het biedt om snel te kunnen reageren op dynamische veranderingen in de business, voor de ander kan een betere data beveiliging van doorslaggevend belang zijn.

Flexibiliteit

Voor iedereen geldt echter dat de flexibiliteit voor de gebruikers sterk toeneemt, en dat blijkt voor de meeste 'overstappers' de belangrijkste drijfveer geweest te zijn.

Altijd, overal en met allerlei devices kunnen werken was de grootste motivatie voor 57% van de deelnemers aan een poll, gehouden door Citrix, Dell en Intel. Uit dezelfde poll (gehouden eind vorig jaar) kwam als tweede reden naar voren de lagere Total Cost of Ownership (TCO) voor de desktop-omgeving.

De conclusie die hieruit mag worden getrokken, is dat de uitdagingen waarmee organisaties vandaag de dag worden geconfronteerd, de IT overstijgen. De IT-afdeling, vroeger leidend en voorschrijvend, is tegenwoordig facilitair. De taak van de Chief Information Officer (CIO) is het afstemmen van de beschikbare hard- en software

op de werkprocessen. Die werkprocessen vinden steeds vaker plaats buiten de kantooromgeving: de gebruikers moeten overal en altijd kunnen werken – met verschillende devices. Dat houdt in dat die gebruikers met al hun devices (smartphones, tablets, laptops, maar ook thuis-pc's) toegang moeten hebben tot het bedrijfsnetwerk. En dat heeft de nodige voeten in de aarde, niet in het minst vanwege de beveiliging van dat netwerk. De CIO zit dus in een spagaat: hij of zij moet er dus maar voor zorgen dat iedereen overal 'bij kan', en van de andere kant moet hij of zij dat tegen zo laag mogelijke kosten realiseren. Als gevolg van die nieuwe niveaus van mobiliteit, beveiliging en kostenreductie moet desktop computing geheel worden herzien, met name de architectuur, wil de organisatie de ontwikkelingen op het gebied van zakelijke prioriteiten en de vragen van de gebruikers kunnen blijven volgen. Dat vereist een geheel nieuwe strategie en beleidsplan, dus de aandacht van de leiding van de organisatie.

Verandering

Wat de echte drive is voor de verandering van de desktop omgeving is dat zowel de gebruikers als de processen zijn veranderd. De gebruikers willen nu meer keuzemogelijkheden voor wat betreft het device, de locatie, de werkuren dan ooit tevoren. Ze verwachten dat ze willekeurig wat voor software en diensten kunnen gebruiken - wanneer hen dat uitkomt. Ze wachten niet langer meer tot het kantoor open gaat en ze aan de slag mogen. Die gebruikers gaan ervan uit dat ze bij hun taken ondersteund worden door de IT. Dat legt een geheel andere druk op de IT-afdeling dan voorheen: die moet nu 24/7 zorgen voor die ondersteuning, maar bovendien verwacht het management dat de IT'ers (mede) zorgen voor zowel groei als kostenbesparing. Want van Het Nieuwe Werken wordt verwacht dat dit kosten bespaart én kansen oplevert. Maar daarnaast moet de IT-afdeling ook zorgen voor beveiliging van al die loslopende apparaten, naast de voorzieningen op de 'vaste' werkplek. Daar bovenop hebben veel organisaties te maken met strengere regels voor wat betreft transparantie én afscherming als gevolg van de verplichte compliancy met wettelijke voorschriften.

Hoofdpijn

Desktop virtualisatie is een cruciale technologie voor het realiseren van oplossingen voor deze kwesties die menig CIO hoofdpijn bezorgen. Want met desktop virtualisatie kun je alle verschillende manieren van werken mogelijk maken. Met desktop virtualisatie kun je de nieuwste en meest geavanceerde mobiele devices integreren in de IT-infrastructuur zodat je altijd gebruik kunt maken van de meest actuele stand van de techniek. Bovendien is desktop virtualisatie een uitermate belangrijke technologie omdat de IT-infrastructuur centraal geregeld en beheerd wordt. De gebruikers zijn geholpen met een dienst die er voor zorgt dat ze sneller, gemakkelijker, flexibeler én veiliger kunnen werken dan voorheen.

Vandaag de dag draait alles om content, vanwege de cruciale rol die het internet is gaan spelen. En dankzij dat internet kunnen we altijd en overal werken en 'computeren'. Dat is ook mogelijk omdat we allerlei gadgets en apparaten hebben ontwikkeld waarmee we die content kunnen benaderen en bewerken. De meest recente ontwikkeling daarvan is de tablet, en je kunt als leidinggevende gewoonweg niet verbieden dat mensen die apparaten gebruiken voor hun werk – want dankzij die apparaten kunnen je mensen overal en altijd werken, net zoals ze graag doen. Je kunt dus maar beter zorgen voor een omgeving waarin die medewerkers gebruik kunnen maken van de bedrijfsvoorzieningen, vanaf hun eigen (of door de organisatie verstrekte) device of choice.

Maar er zijn binnen vrijwel alle organisaties ook nog steeds mensen – en dat zijn zeker niet alleen degenen die behoren tot de oudere generatie – die liever volgens de 'oude' manier werken: gewoon aan een bureau, met een vaste werkplek. Want dan zijn ze het meest productief. Dat vereist dus van de IT-afdeling een oplossing waarmee zowel die aanhangers van de vaste als de mobiele werkplek gediend zijn, en dat is desktop virtualisatie. Want dat is de enige oplossing die flexibel genoeg is om aan alle verschillende behoeftes te voldoen van alle verschillende gebruikers.

Omgooien

Veel organisaties zijn echter nog wat huiverig om over te gaan op desktop virtualisatie, omdat ze vrezen dat ze hun applicaties moeten herschrijven, alle endpoints moeten aanpassen, de gehele infrastructuur moeten omgooien. Het zou dan ideaal zijn als je de hele zaak zou kunnen 'omgooien' op de manier waarop een webpagina wordt ververs. Je zou op die manier een groep van gebruikers kunnen voorzien van een nieuwe applicatie, zonder dat je alle endpoints stuk voor stuk hoeft te herprogrammeren. Maar veel mensen hebben de ellende van de overgang van het ene naar het andere besturingssysteem nog vers in het geheugen, en zijn allang blij dat 'het nu werkt'. Dus waarom zou je weer overstappen op een ander systeem, en misschien weer een hele bak ellende op je nek halen? Waarom overstappen op desktop virtualisatie, en waarom nu? Het antwoord kan eenvoudig zijn: omdat je dan juist geen last hebt van 'de overgang'. En omdat het systeem centraal wordt beheerd, kunnen er ook per groep van gebruikers bepaalde beperkingen qua beschikbare applicaties worden aangebracht. En zo kan ook de beveiliging op een hoger niveau worden gebracht.

Doorbreken

Ondanks alle voordelen zal 2012 toch niet het jaar worden waarin desktop virtualisatie echt zal doorbreken, is de verwachting van mensen die het kunnen weten. Het is geen vervanger van desktop pc's, hoogstens een extra tool in de gereedschapskist van de IT-afdeling waarmee ze bepaalde (nieuwe) problemen kunnen repareren.



Specialisten in de IT-markt verwachten dat 2012 een jaar zal worden waarin de IT-afdelingen worden overspoeld met aanvragen om applicaties te installeren op iPads, smartphones en andere mobiele devices. De IT-professionals gaan naar alle waarschijnlijkheid diverse vormen van desktop virtualisatie toepassen, zoals cloud-hosted virtual desktops en server-hosted VDI (virtual desktop infrastructure), om zakelijke applicaties te integreren in de IT-infrastructuur van de organisatie. De afgelopen jaren hebben de goeroes in de industrie geroepen dat desktop virtualisatie (DV) de PC geheel zou vervangen. Inmiddels is die voorspelling bijgesteld, zo niet zeer afgezwakt. Toch hadden die koffiedikkijkers wel een punt met hun voorspelling: op papier lijkt DV het IT-ei van Columbus. Het vormt namelijk een oplossing voor veel kwesties zoals remote access, beveiliging, compliance en de trend van BYOD. Maar er zijn wat hindernissen op de weg naar totale DV-integratie, met name de kosten, de complexiteit en de connectiviteit. Want ondanks jaren van doorontwikkeling en verbeteringen zijn de kosten voor server-hosted DV nog steeds hoger dan die voor gewone PC's, is het systeem nog steeds moeilijk te implementeren en kun je geen gebruik maken van je mooie device als je geen internetverbinding hebt.

Aanbod

Maar met name Citrix Systems en VMware hebben hun aanbod verbeterd, bijvoorbeeld door het opkopen van andere bedrijven die aanvullende producten konden leveren bij hun eigen producten. Hierdoor zijn die minder complex geworden en zijn nieuwe functies toegevoegd. Dankzij al die verbeteringen zijn de kosten voor hun DV-systemen ook aanzienlijk omlaag gegaan, en zijn nu vergelijkbaar met die voor gewone standaard PC's. Er is echter nog genoeg werk te doen, volgens diverse IT-professionals. DV zou makkelijker te installeren moeten zijn en de virtuele desktops zelf zouden krachtiger moeten

zijn en beter prestaties moeten leveren. Wat ook een hindernis vormt, is het feit dat leveranciers van DV-diensten nog steeds gebruik moeten maken van producten van derde partijen, waardoor de complexiteit weer toeneemt evenals de kosten. Dat opkopen van die andere diensten en bedrijven zorgt voor een standaardisatie niet alleen in de software, maar ook in de hardware. Want konden PC's dankzij SaaS al worden teruggebracht tot 'thin clients', nu zijn er al '0-clients' (zero-clients, het zogeheten HDX-system-on-a-chip van Citrix). Dat heeft tot gevolg dat menig producent van die thin clients de zaak wel kan sluiten. De eerste devices met zo'n HDX system-on-a-chip worden begin dit jaar op de markt verwacht, waaronder zero-clients die minder dan \$ 100 kosten.

Probleem is echter ook het al eerder genoemde feit dat organisaties zowel vaste als mobiele werkplekken moeten faciliteren. Die organisaties zijn uiteraard op zoek naar (liefst bestaande) all-in-one oplossingen. Een mogelijkheid is het hosten van virtuele desktops vanuit de cloud, maar hierbij spelen nog problemen voor wat betreft de kosten en de connectiviteit. De gebruikers (klanten) moeten nog steeds betalen voor de licenties voor de software naast de maandelijkse hosting-fees, en er is altijd een internetverbinding noodzakelijk om de desktop te kunnen benaderen. Daarom kiezen veel klanten nog voor een server-hosted desktop virtualisatie, mede omdat de cloud nog niet voldoende applicaties ondersteunt. Misschien dat het werkelijke omslagpunt in 2014 zal vallen, wanneer Microsoft stopt met de ondersteuning van Windows XP®.

Hoewel wordt verwacht dat dit jaar meer organisaties zullen overstappen op virtuele desktops, blijft het voorlopig nog wel een niche-markt. Volgens Gartner zal in 2015 slechts 8 tot 15 procent van de IT-markt bestaan uit server-hosted VDI – mede omdat het slechts één van de vele virtuele desktop oplossingen is. ■

Virtueel werkt echt

Virtualisatiesoftware is software waarmee in een vast geïnstalleerd besturingssysteem meerdere aanvullende besturingssystemen kunnen worden geïnstalleerd. Deze besturingssystemen zijn virtueel, dat houdt in dat ze niet direct op de harde schijf zijn geïnstalleerd, maar op een virtuele harde schijf. Deze is op zijn beurt verpakt in een map die alleen met een virtualisatiesoftware kan worden geopend, de zogenoemde Virtual Machine.

Een Virtual Machine (VM) kan op elke computer worden toegepast, mits die maar snel genoeg is en de juiste virtualisatiesoftware erop is geïnstalleerd. Bovendien kan met de virtualisatiesoftware worden geregeld in hoeverre de VM toegang kan verkrijgen tot de echte computer. Voorbeelden van virtualisatieprogramma's zijn Virtual-Box, VmWare, Virtual PC en Parallels.

Het besturingssysteem waarop de virtualisatiesoftware draait, wordt host genoemd, het virtuele besturingssysteem guest.

Voordelen en nadelen

Virtualisatiesoftware heeft zowel voor- als nadelen.

Voordelen:

- Omdat virtuele besturingssystemen slechts een beperkte toegang hebben tot een echte computer, is een virusbesmetting van een VM minder erg als een virus op een echt besturingssysteem.
- Van virtuele machines kunnen zogeheten snapshots worden gemaakt, dat zijn backups van de actuele situatie. Deze worden door de virtualisatiesoftware beheerd. Dus mocht het virtuele besturingssysteem crashen, dan kan het extern alsnog in een eerdere situatie worden teruggehaald.
- Virtuele computers zijn mobiel. Ze draaien

op elke computer waarop de daarvoor benodigde virtualisatiesoftware is geïnstalleerd. Daarom kunnen via internet kant-en-klare VM's worden gedownload.

- Meerdere virtuele besturingssystemen kunnen tegelijkertijd draaien. Het mogelijke aantal draaiende besturingssystemen wordt alleen beperkt door de capaciteit van de fysieke computer.
- Omdat de installatie van virtuele besturingssystemen geen effect heeft op de echte computer, zijn deze systemen naar believen te installeren en te wissen. Het enig wat van belang is, is de fysieke opslagcapaciteit van de echte computer.

Nadelen:

- Er zijn verschillende virtualisatieprogramma's, waarvan vele ook hun eigen bestandsformat voor virtuele vaste schijven hebben. Op dit moment zijn de virtualisatieprogramma's nog niet volledig compatibel met elkaar.
- Omdat virtuele besturingssystemen de bronnen van de echte computer met het echte besturingssysteem moeten delen, werken ze langzamer dan wanneer deze vast geïnstalleerd zouden zijn.

Toepassingen

Op basis van de hiervoor genoemde voordelen staan de gebruiker uitermate verschil-

lende mogelijkheden ter beschikking voor het toepassen van virtuele besturingssystemen. Eén daarvan is dat hij verschillende besturingssystemen kan uitproberen zonder dat hij deze moet installeren. Een goed voorbeeld hiervan vormen de diverse Linux-afgeleiden. Een beginneling op dit gebied kan zich vanwege het overweldigende aanbod aan afgeleiden slechts heel moeilijk oriënteren en na het uitproberen van een aantal vormen tot een beslissing komen welke van die afgeleiden het beste voor hem en zijn specifieke situatie is. Wil hij met 'gewone' programmatuur tot dit zelfde punt komen, dan kost hem dat vele uren van installeren en de-installeren. Een virtuele Linux maakt dit proces een heel stuk eenvoudiger en sneller.

Een andere toepassingsmogelijkheid heeft te maken met de monopoliepositie van Microsoft in de branche van de besturingssystemen. Veel commerciële maar ook veel gratis programma's zijn alleen voor Windows beschikbaar. Gebruikers van alternatieve besturingssystemen zoals MacOS of Linux moeten dus in veel gevallen ook nog eens Windows erbij installeren. Omdat het echter te omslachtig is om voor een enkel programma de gehele computer telkens weer opnieuw te moeten opstarten, kan de gebruiker Windows virtueel installeren en gebruiken. ■

Veel meer dan printen: ontzorgen!

Is het papierloze kantoor ook de nekslag voor de printer-branche? En komt dat papierloze kantoor er ooit? Wat heeft HNW voor consequenties voor de MFP-branche? Om antwoorden op deze vragen te krijgen, organiseerde OfficeMagazine.nl een tafeldiscussie.

Deelnemers:

- Didier Vermeersch, Channel & Marketing Manager Benelux, Lexmark
- Mark Rövekamp, Product manager printing & solutions, KyoceraMita
- Wilbert Hendriks, Manager Product Marketing Document Systems, Sharp
- Paul van der Stroom, Product manager Office Marketing, Canon.

- Michael van Munster, uitgever van onder andere OfficeMagazine.nl, trad op als gespreksleider. Locatie was het centraal gelegen Hotel Maarsbergen.

De discussie vond plaats aan de hand van enkele stellingen.

Stelling 1. Mobiel printen is voornamelijk voor consumenten interessant.

Volgens Mark Rövekamp wordt het gebruik van een mobiel device steeds normaler in het bedrijfsleven, dus wordt ook printen vanaf mobiele devices steeds belangrijker. “Dat heeft te maken met de flexibele werkplekken die je steeds vaker tegenkomt. Je hebt overal toegang tot je documenten, omdat die ergens zijn opgeslagen in de cloud, en zo zul je ook zien dat men gebruik wil maken van de MFP die bij de MacDonaldis staat, of bij het tankstation.”

Didier Vermeersch valt hem bij: “Print anywhere, follow-me printing, printen vanaf je smartphone bij een tankstation, dat is al realiteit.”

Wilbert Hendriks bekijkt het van een andere kant: “Juist ook binnen bedrijven bestaat een enorme behoefte om te printen vanaf die devices, met name in ziekenhuizen. Maar dan wel veilig printen, dus na een follow-me cue, door middel van een pasje.” Paul van der Stroom onderscheidt de consumentenomgeving en de puur zakelijke oplossingen. “Maar je hebt ook een gemengde omgeving, denk daarbij aan een gemeentehuis. Daar heb je bezoekers die een paspoort komen halen en die snel even wat willen printen. Dan gaan ze naar het apparaat dat in de gang staat, waar medewerkers ook op kunnen printen. Zo zul je daar op verschillende manieren mee om moeten gaan.” Hendriks constateert: “De printbehoefte is aan het veranderen en je hebt de technologische mogelijkheid om dat anders te gaan inrichten. De behoefte voor het daadwerkelijk inrichten van dergelijke omgevingen bereikt ons steeds vaker.” Het aspect van vertrouwelijkheid hoeft niet in gevaar te komen, is de conclusie: er zijn veel mogelijkheden om te voorkomen dat bedrijfskritische informatie in verkeerde handen komt: PIN-code, QR-code, pasjes. Vaak moet een organisatie ‘wennen’ aan deze manier van veilig werken, maar zodra het management ziet dat ook de rest van de organisatie goed met vertrouwelijke documenten omgaat, worden die ‘losse’ printers uitgefaseerd. Al zijn er volgens Van der Stroom altijd uitzonderingsposities waarbij iemand een eigen desktopprinter heeft. “We kunnen niemand dwingen en dat zullen we ook zeker niet doen. Wat we daarnaast wel herkennen is dat je op een afdeling steeds meer



van een middelgrote MFP naar een grote MFP gaat waar meerdere mensen op moeten werken. Dus in plaats van dat we bij een organisatie 100 MFP's hebben staan, gaan we nu naar een situatie waarbij we er 25 of 30 hebben staan. Maar dan wel grotere. Dat heeft met kosten en efficiency te maken, en het feit dat iedereen met follow-me kan werken." Hendriks signaleert ook een andere trend: "Vroeger werden grote jobs geoutsourced. Tegenwoordig zie je steeds meer een terugkeren naar insourcen, dat men zijn eigen spullen print. De techniek laat dat toe." Rövekamp vult aan: "Dat scheelt in de kosten van de drukker, en je bent ook veel flexibeler in de keuze wat je afdrukt."

Stelling 2. Het papierloze kantoor en de onzekere economie dwingen MFP-producenten tot het ontwikkelen van andere producten.

Van der Stroom: "Men roept al 15, 20 jaar dat het papierloze kantoor eraan komt. Het printvolume zal wel verder afnemen, maar volledig papierloos, dat maken wij niet meer mee."

Rövekamp is het daarmee eens: "De hoeveelheid informatie die op je afkomt, zorgt nog steeds voor veel output, ondanks dat je het niet gebruikt. We hebben nog steeds de gewoonte om dingen even af te drukken, ook e-mails en dergelijke. De generatie die alles vanaf het scherm doet, zal er best aankomen, maar wij doen dat zeker nog niet." Hendriks constateert een verandering in gedrag: "Het afdrukken wordt minder. Duplex-printen wordt standaard, en dat scheelt sowieso al een procent of 13. Het gaat om de nuance: waar zit hem dat nu precies in, die vermindering?" Natuurlijk komt ook de trend van digitalisering aan de orde. Rövekamp: "Op het moment dat je een document binnen krijgt en je hoeft er niet direct iets mee te doen, dan sla je het op ergens in een elektronisch archief. Als je het nodig hebt, print je het uit."

Vermeersch gaat verder: "Archivering is gewoon data, en je moet die informatie ook weer kunnen terughalen. Het scannen is feitelijk de start van een volledig proces. Het gaat om indexatie van de documenten, content management. Om op de stelling terug te komen over het



ontwikkelen van nieuwe producten: ik denk dat iedereen hier aan tafel zal toegeven dat de trend duidelijk is om oplossingen te gaan aanbieden om die documenten op een goede manier te scannen, zo snel als mogelijk, om minder op papier te hoeven afdrukken. En vervolgens die informatie op een structurele manier beschikbaar te maken aan de organisatie, of zelfs breder. Die trend is duidelijk, we gaan steeds minder printen, en steeds meer aan digitalisering doen – en daar de informatie uithalen.” Daarmee is een belangrijk punt aangeroerd: moeten MFP-producenten letterlijk out of the box gaan denken omdat er minder printers worden verkocht? Rövekamp gaat hier op in: “Je moet inderdaad heel creatief zijn in het meedenken met de klant: kijken wat zijn documentstromen zijn en waar je eventueel zijn bedrijfsprocessen kunt optimaliseren. De onzekere economie zorgt ervoor dat investeringen worden uitgesteld. Juist investeringen in nieuwe technologieën die bedrijfsprocessen optimaliseren, daar zie je dat de kosten dalen bij een klant, en dus de winst stijgt. Maar je ziet ook dat iemand die zijn bedrijfsprocessen optimaliseert, veel flexibeler werkt en op de markt zijn waarde verhoogt. Bij veel ondernemers staan printgerelateerde kosten nog steeds niet in verhouding tot het werkelijke verbruik. Zo zien we bij Kyocera mogelijkheden om met ons Pro Rato

Colour System een besparing tot 75% op kleurenafdrukken te realiseren.”

Vermeersch vult aan: “En de productiviteit stijgt ook!”

Rövekamp weer: “Dat meedenken met die klant, juist in deze onzekere economische situatie, wordt nu steeds belangrijker.”

Vermeersch: “Inderdaad, veel bedrijven weten niet hoe ze printen vandaag de dag. Wij kunnen middels een audit vaststellen wat de feitelijke kosten zijn van het printen, en daarop advies geven hoe dat beter kan.”

Men is het er wel over eens dat de acceptatie niet alleen bij het management moet liggen, maar zeker ook bij de eindgebruikers. Hendriks: “Je moet de mensen erbij betrekken, anders werkt het niet.” Maar het gaat dieper: “Als je bezig gaat met procesverbetering, en daar zit de uitbreiding van de service en de diensten die je gaat aanbieden, dan kom je daadwerkelijk met een bedrijf op een ander niveau. Het is niet meer een machine achter de deur zetten en zorgen dat de toners en de tikken blijven gaan, het is juist nu zorgen dat je samen met een organisatie naar de bedrijfskritische processen in eerste instantie kijkt. En daar gedurende de looptijd van de overeenkomst gaat zoeken naar efficiency. Echt partnership.”

Het blijkt dat alle deelnemers een dergelijk programma hebben. Vermeersch: “Het is een neverending review

van: hoe kunnen wij samen met jullie je processen verbeteren, je productiviteit verhogen, en jullie kosten naar beneden brengen? Zeker met de druk van de economische onzekerheid is dat heel belangrijk.”

Stelling 3. Een MFP-fabrikant kan het beste zijn eigen merk papier meeleveren.

Van der Stroom geeft toe dat er met een eigen papiermerk heel veel geld te verdienen is. “Maar wij kijken altijd naar een aantal standaard merken waarop we onze MFP’s testen. Vervolgens kunnen wij aangeven welke types en merken door ons ‘approved’ worden voor gebruik in onze machines. En als er onverhoopt een storing optreedt in de machine, dan valt het onder de garantie. Als je dus een of ander soort exotisch bananenpapier door die machine trekt dat niet op onze approved-lijst staat, dan maak je dus op een verkeerde manier gebruik van die MFP en ben je er dus zelf voor verantwoordelijk.”

Rövekamp vertelt dat Kyocera geen eigen papier levert. “Wij adviseren wel papersoorten: deze soorten zijn getest op onze machines. En als er veelvuldig problemen zijn, kijken we samen met die klant naar het papier. Maar we gaan er vanuit dat onze machines iedere papersoort van een bepaalde minimum kwaliteit aan kan. Natuurlijk is de afdrukkwaliteit van de ene papersoort anders dan die van een andere soort.”

Ook Sharp heeft een medialijst, zegt Hendriks. “Het papier wordt in Japan getest. Dat is voor elk land anders, elk land levert zo’n 5 tot 10 merken aan. En dan heb je natuurlijk nog je eigen testen die je uit kunt voeren voor je medialijst.” De milieu-trend van lichter papier, 70, 75 gram, heeft geen consequenties voor de machines, wel voor de afdrukkwaliteit.

Stelling 4. Managed print services (MPS) worden in de toekomst net zo belangrijk voor het MKB als voor grootschalige (250+ werknemers) organisaties.

Van der Stroom wil eerst bepalen wat MPS inhoudt, “Want die definitie is voor iedereen anders. Met MPS zorg je ervoor dat alles rond het apparaat geregeld is, zowel aan de hardware- als aan de service-kant. Qua hardware kunnen wij ervoor zorgen dat je nooit meer papier of toner hoeft te verwisselen, dat doen wij voor je. Aan de dienstenkant zou je bijvoorbeeld kunnen kijken naar de werkstromen, de documentenstromen binnen een organisatie, en hoe je die kunt optimaliseren.”

Hendriks is van mening dat iedereen aan tafel die definitie wel zal onderschrijven. “Het gaat erom dat je totaal ontzorgt. Maar waar deze vraag enige tijd geleden nog in de bovenkant van de markt speelde, merken we nu dat die ook in het middensegment van het MKB begint te komen. Misschien niet dat je zelf de toner gaat vervangen, maar wel zorgen dat de nieuwe toner daar op tijd in huis is. Dan praat je over het continueren van de bedrijfskritische

processen, en dat je een continu partnership met elkaar aangaat gedurende de looptijd van de overeenkomst waarin je verbeteringen blijft aanbrengen. Het kan zijn dat dit in eerste instantie is ingegeven door het proberen te behouden van de klant, maar je ziet wel steeds meer dat het een wens is vanuit bedrijven. En als je dat niet kunt bieden, verlies je je deals.”

Rövekamp vult aan: “Het is dus wel degelijk geboren uit de markt omdat de klant totale ontzorging wil hebben. Daar zijn we met z’n allen mee bezig, en we zien dat ook vanuit het MKB de vragen komen.”

Vermeersch ziet ook een stijging in de markt naar dit soort ontzorging. “We hebben ook speciale diensten die we kunnen aanbieden, passend op de MKB-behoefes. En dankzij de ervaring die we hebben met de grote bedrijven kunnen we de kleinere bedrijven goed van dienst zijn.”

Volgens Hendriks moet je MPS zien als een soort menukaart: “Je legt de kaart voor en het bedrijf kiest eruit wat het bedrijf nodig heeft. In sommige gevallen is dat een standaard service die je kunt bieden, in andere gevallen zet je er een stuk software neer om de processen te verbeteren. En altijd op basis van ROI, dat je binnen die organisatie daadwerkelijk verbeteringen realiseert.”

Hendriks constateert dat als gevolg van de vraag van de klant meer openheid komt, juist vanwege die behoefte aan ontzorging. “Dit is mijn situatie, dit is wat ik er globaal mee wil bereiken, schrijf nu eens een plan hoe jij dat als leverancier kunt oplossen en ons daarin geheel kunt ontzorgen.”

Rövekamp noemt enkele voorbeelden: “Binnen een onderneming lopen een heleboel processen van output en printing die wij heel goed kunnen aanbieden als een service, zodat de klant dat zelf niet meer hoeft te doen. Kijk naar supply management waar mensen zich bezighouden met de inkoop van toners en dergelijke, dat kost resources aan zo’n bedrijf en wij kunnen dat als een service aanbieden. Omdat we het printerpark van de klant goed kennen, de machines op afstand kunnen zien, de processen van de klant goed kennen. En op die manier kun je de klant helemaal ontzorgen op die processen die hij zelf niet meer wil uitvoeren.” De leverancier zorgt dan ook voor managementrapportages waarin de klant alles terugvindt wat er in zijn printerpark gebeurt.

Hendriks vult aan: “Maar dan moet je ook zo ver durven gaan dat je niet alleen naar je eigen merk kijkt. Als daar een ander merk printer staat, moet je die in je rapportage mee kunnen nemen, dan pas lever je totale ontzorging.”

Technisch hoeft dat geen probleem te zijn, zo blijkt.

Vermeersch: “We werken met MIPS, dat is een standaard informatie format dat je kunt terugvinden op alle devices. Je hebt dan public MIPS en private MIPS. Per definitie kunnen public MIPS met elkaar communiceren.”

Rövekamp gaat verder: “Dat heeft natuurlijk zo zijn voordelen. Op het moment dat je in het ongoing management



verhaal het juiste advies wilt geven, moet je ook inzicht hebben in die andere machines. Je zou dus kunnen concluderen dat een bepaalde machine heel veel volume draait, terwijl je dat beter op een centrale MFP zou kunnen doen, dan ben je veel kostenefficiënter bezig.”

Stelling 5. De milieuvriendelijke MFP bestaat niet.

Rövekamp: “Definieer milieuvriendelijk! Ook wij kijken heel erg naar het verbruik van onze machines. Wij proberen uiteraard ook zo maatschappelijk verantwoord mogelijk om te gaan met de resources.”

Van der Stroom vervolgt: “Wij hebben het niet over milieuvriendelijke apparaten. Bij onze branche geldt hetzelfde als in de automobielbranche: het is in de regel een vervuילend apparaat dat uitstoot geeft en dat zal voorlopig nog wel even zo blijven. Alleen proberen we dat als fabrikanten zoveel mogelijk terug te dringen. Als je het hebt over energieverbruik; wij hanteren TEC-waarden, Typical Electricity Consumption en hoe lager de waarde, hoe beter het is voor het milieu. Maar het heeft niet alleen met energieverbruik te maken, ook met kosten. Die moeten we terugbrengen.”

Vermeersch gaat daarop in: “Het is de combinatie: niet alleen lagere kosten, ook minder impact op het milieu. Alle constructeurs maken een sterke effort om hun toestellen te verbeteren qua impact, maar we moeten niet alleen kijken naar de MFP. Duplex printen, minder kleur, al die software die gaat straks de mensen binnen het bedrijf steunen om het gedrag te veranderen. Wij gaan mee in dat streven, niet alleen op device-level, maar ook op de manier waarop we minder gaan

printen, anders gaan printen, of digitalisatie. Het is een geheel, geen apart iets.”

Hendriks noemt een ander voorbeeld: “De apparatuur verandert ook echt, als je in het verleden een scan wilde maken, ging het gehele apparaat aan. Tegenwoordig gaat bij ons alleen de scanner aan, en het geheugen dat je gebruikt om het document weg te sturen. De onderdelen die de meeste energie verslinden, die blijven uitgeschakeld. Daarmee haal je het energieverbruik naar beneden.”

Maar er zijn nog meer voorbeelden: zo is de onderhoudscyclus van de apparatuur enorm opgerekt, wordt de verpakking uiterst kritisch bekeken en hebben bijna alle leveranciers een programma waarbij lege cartridges worden teruggenomen.

Rövekamp over dit laatste: “Dat geldt dan niet helemaal voor ons, want onze tonercartridge is geheel van gerecycled plastic, daar zit geen milieuvriendelijk materiaal in - als service aan onze klanten halen we ze ook op.”

Van der Stroom trekt het nog breder: “Het raakt ook je bedrijfsvoering, we hebben sinds 1 januari bijvoorbeeld weer een verscherpte regeling met betrekking tot lease-auto's. Die mogen maar een bepaalde maximale uitstoot hebben. Het grijpt verder in dan alleen die MFP, het zit door je gehele bedrijf heen dat je zo milieuvriendelijk mogelijk bezig bent.”

Hendriks wijst op een nieuwe ontwikkeling op dat gebied: bio-toner, gemaakt van plantaardig materiaal. “In Japan heeft Sharp dat al, en het zal niet lang meer duren voordat we dat hier ook krijgen.” ■

Pick of the Year 2012

De MX-2310U van Sharp heeft de Pick of the Year onderscheiding ontvangen van Buyers Laboratory Inc. (BLI). Deze felbegeerde prijs wordt toegekend aan de beste MFP's, die worden beoordeeld op een breed scala van kenmerken en prestaties. BLI roemt de A3 kleuren-MFP van Sharp om zijn uitstekende kleurweergave, hoge productiviteit en het milieubewuste ontwerp.

Elk jaar publiceert BLI gedetailleerde verslagen van printers, multifunctionals en andere kantoormachines. Slechts een klein aantal van deze toestellen komt in aanmerking voor een Pick of the Year award. "Dit model is indrukwekkend op meerdere vlakken", aldus BLI die Sharp een zeer hoge waardering gaf op diverse segmenten. "Naast haar hoge betrouwbaarheid, hoge productiviteit het milieubewuste ontwerp, is de MX-M2310U een van de voordeligste A3 kleuren-MFP's op dit moment. De MX-2310U levert een nog hogere productiviteit met een afdruksnelheid in kleur van 21 tot 30 ppm tegen een concurrerende prijs. Daarnaast onderscheidt dit model zich van de concurrentie door haar uitstekende IT-gerelateerde aspecten", aldus de onderbouwing van BLI voor de toekenning van de award.



Snelste portable scanner met USB-voeding

Canon Europe, wereldwijd marktleider in imaging oplossingen, introduceerde onlangs de imageFORMULA P-215, de snelste scanner met USB-voeding voor professionals met een mobiele werkplek, kleine kantoren of het kantoor aan huis. Deze nieuwe, uiterst compacte portable scanner is compatibel met besturingssystemen voor zowel Mac als PC en ondersteunt mobiel werken met de mogelijkheid rechtstreeks te scannen naar cloud-hosted toepassingen, zoals GoogleDocs™, Evernote en SharePoint.

Een optische resolutie van 600 dpi en een serie geavanceerde functies voor beeldverwerking, zoals automatische detectie van paginaformaat, scheefstandcorrectie, automatische tekstoriëntatie en kleurdetectie, staan garant voor een hoge scan kwaliteit. De nieuwe portable scanner wordt geleverd met een aantal krachtige toepassingsprogramma's, waaronder CaptureOnTouch voor verbeterde beeldverwerking en scannen naar meerdere bestandsindelingen, zoals PDF, PDF/A, TIFF, JPEG en PowerPoint. PageManager (Mac) en PaperPort (PC) zorgen samen met de BizCard software voor een efficiënt beheer van gedigitaliseerde documenten en maken van de P-215 scanner een krachtige, portable en uiterst effectieve scanoplossing. Meer info: www.canon.nl



Europese overeenkomst voor energie-efficiënte kantoorapparatuur

Toshiba tekent, samen met 16 andere bedrijven in de printindustrie, een vrijwillige overeenkomst om het plan energie-efficiënte kantoorapparatuur van de Europese Unie te ondersteunen. Deze overeenkomst helpt klanten om een goede beslissing te nemen met betrekking tot de duurzaamheid van afdrukapparatuur. De producenten verstrekken namelijk gedetailleerde informatie over de milieuprestaties van de apparatuur.

Toshiba committeert zich aan de afspraak dat minimaal 90% van alle producten die Toshiba op de Europese markt brengt, voldoen aan de specificaties van de ENERGY STAR® v1.1 en de vereisten voor dubbelzijdig afdrukken. Verder bieden al de Toshiba pro-

ducten standaard de mogelijkheid van N-up printen, waardoor meerdere pagina's van een document op één vel papier worden afgedrukt. Het ontwerp van de producten voldoet aan strikte criteria-eisen om de gebruikte materialen maximaal te kunnen hergebruiken.

De organisaties die de overeenkomst hebben getekend zijn overeengekomen gedetailleerde informatie met betrekking tot de milieukeurmerken van de producten aan klanten te verstrekken, zodat zij in staat zijn milieubewuste beslissingen te nemen.

De vrijwillige overeenkomst is effectief sinds januari 2012 en bestrijkt alle 27 landen van de Europese Unie. De overeenkomst heeft ook gevolgen voor de producten die worden verkocht in landen buiten de EU.

Draagbaar en veilig

USB-devices worden veel gebruikt en zijn handig vanwege hun geringe formaat, enorme opslagcapaciteit en mobiliteit. Uit een rapport van onderzoeksbureau Gartner ('Forecast: USB Flash Drives, Worldwide, 2004-2014') blijkt dat de markt voor zogeheten flash drives, beveiligde zowel als niet-beveiligde, de afgelopen jaren fors is gegroeid, en dat die groei nog wel even zal doorgaan, zij het minder hard.

Het gebruiksgemak en de persoonlijk aard van deze devices hebben echter ook een opening gecreëerd om informatie vanuit een organisatie naar buiten te brengen - en om malware naar binnen te brengen. Deze problemen hebben geleid tot de behoefte aan een veiliger device dat het gebruiksgemak biedt dat de mensen wensen, maar ook de controle die nodig is om de organisatie en zijn kritieke gegevens te beschermen.

Als het gaat om het kiezen van een draagbaar beveiligd device (portable security device, PSD), moet je rekening houden met een aantal belangrijke beveiligingsfactoren. Tegelijkertijd moet je verder kijken dan de marketing hype en gemotiveerde beslissingen nemen op basis van de veiligheid van je dagelijkse zakelijke activiteiten.

Zonder driver: veel beter

De minimale eis die aan een PSD mag worden gesteld, is dat het geheel driverloos kan opereren, dus dat het naadloos gegevens en applicaties van de ene naar de andere computer kan overbrengen. En dat het niet uitmaakt welk type of besturings-systeem wordt gebruikt of dat daarvoor eerst drivers moeten worden geïnstalleerd.

Bovendien moeten er op de PC geen beheerder-privileges actief zijn. De meeste apparaten in grote organisaties zijn geheel afgesloten en de gebruikers hebben geen privileges. Sommige apparaten moeten eerst met een bepaald wachtwoord worden ontsloten voordat er externe apparaten op kunnen functioneren.

Encryptie op basis van software of hardware

Encryptie op basis van software maakt het mogelijk dat rest-informatie over de versleutelingscode achterblijft op de bestan-

Eigenschap

Hardware-gebaseerde encryptie van AES-256-CBC of hoger
Architectuur-certificering van FIPS 140-2 Level 2 of hoger
Herstel-mogelijkheid in geval verlies standaard
Authenticatie device dmv wachtwoord, biometrisch of beter
Console voor gecontroleerd beheer
Auditing-mogelijkheid
Ingebouwde malware-bescherming
Ondersteuning door Windows, MacOS en andere relevante platformen
Remote wissen

Behoefte

Essentieel
Essentieel
Essentieel
Essentieel
Essentieel
Gewenst
Gewenst
Gewenst
Gewenst

Bron: Gartner (februari 2011)

den en dus vrij gemakkelijk te bekijken is.

Sommige USB-devices maken gebruik van software-encryptie waarbij een programma moet worden geïnstalleerd op de host-PC. Dit beperkt niet alleen de mate van mobiliteit, maar maakt mobiliteit ook onmogelijk naar afgesloten bedrijfsapparaten. Afgezien van de problemen met de mobiliteit is encryptie op basis van software beslist een minder veilige manier om gegevens te beschermen. Encryptie-algoritmes kunnen gecompromitteerd worden, en zo krijgen hackers de kans om binnen te komen. Dus is encryptie op basis van hardware de betere keuze, maar dat geldt niet voor elke willekeurige hardware-encryptie.



Enorm verschil

Er is een enorm verschil tussen hardware-encryptie op basis van 128- en 256-bits AES. Eerst even een misverstand uit de wereld helpen: 256-bits AES encryptie is niet twee keer zo krachtig als AES: twee keer de kracht van 128-bits encryptie zou neerkomen op 129-bits encryptie. In feite is 256-bits AES het kwadraat van de kracht van 128-bits. Dat betekent dat AES 256-bits encryptie 340.282.366.920.938.000.000.000.000.000.000.000 keer zo veilig is als 128-bits.

En dat enorme verschil is de reden waarom AES 256-bits voldoet aan de minimale normen voor de meest gevoelige omgevingen.

Verschillende levels

Gebruikers-authenticatie geeft toegang tot gegevens die zijn opgeslagen op een PSD. Voor de meest gevoelige gegevens dient minimaal een dubbele authenticatie worden toegepast.

Authenticatie middels wachtwoord

De minimale vereiste voor het veilig openen van de gegevens die zijn opgeslagen op een PSD is dat de toegang alleen kan worden verkregen middels het invoeren van een wachtwoord. Het gebruik van een eenvoudig wachtwoord

is echter niet afdoende als de hacker echt moeite gaat doen om de PSD te openen en het wachtwoord zelf niet al te ingewikkeld is.

Krachtige authenticatie middels wachtwoord

De krachtige authenticatie middels wachtwoord is afhankelijk van de beschikbaarheid van specifieke regels en beleid die ervoor zorgen dat het wachtwoord moeilijk te kraken is.

Beleid voor het gebruik omvat onder meer:

- beperking van het aantal pogingen
- belemmering van het hergebruik van het wachtwoord (onmogelijk om de x meest recente wachtwoorden te hergebruiken)
- maximale levensduur van wachtwoord (gebruiker moet regelmatig nieuw invoeren)
- minimale levensduur wachtwoord (gebruiker kan het niet snel veranderen, waardoor misbruik van de hergebruik belemmering wordt voorkomen).

De regels voor de complexiteit van het wachtwoord omvatten onder andere:

- minimale lengte van het wachtwoord
- minimaal aantal speciale karakters



- minimaal aantal numerieke karakters
- minimaal aantal alfabetische karakters (kapitaal-gevoelig of niet).

Biometrische authenticatie

Niet alle biometrische oplossingen bieden dezelfde mate van beveiliging. Let daarbij op de volgende opties:

- een veilige biometrische oplossing moet geen enkele template opslaan buiten het veilige device
- het aantal vingers dat kan worden geregistreerd moet configureabel zijn
- configureerbare biometrische beveiligingsniveaus
- keuze aan alternatieve mechanismen die bepalen hoe gebruikers van biometrische systemen kunnen authenticeren als de biometrische authenticatie mislukt.

Krachtige authenticatie middels wachtwoord en biometrie

Het ultieme authenticatie-niveau is de combinatie van een krachtig wachtwoord en biometrische authenticatie, waardoor het onmogelijk wordt voor niet-geautoriseerde gebruikers om de PSD te benaderen.

Flexibiliteit van authenticatie-oplossingen

Het niveau van de authenticatie moet flexibel zijn om zowel te voldoen aan de beveiligingsbehoefte van de organisatie als aan die van specifieke gebruikersgroepen. Een organisatie moet de flexibiliteit hebben om verschillende authenticatie-niveaus

in te stellen voor verschillende gebruikersprofielen. Zo zouden enkele leidinggevendenden die op afstand gevoelige gegevens moeten kunnen benaderen, een dubbele authenticatie moeten toepassen, terwijl andere medewerkers die intern informatie willen, slechts een authenticatie middels een krachtig wachtwoord nodig zouden hebben.

Resets van wachtwoorden of biometrische authenticatie

Als gebruikers de toegang tot hun PSD geblokkeerd vinden, zouden er opties moeten zijn om die gebruiker te 'redden'. Dit houdt in dat er een methode moet zijn om de authenticatie middels biometrie of wachtwoord te kunnen resetten zodat de medewerker zonder langdurige onderbreking zijn werk kan blijven doen. Wees echter voorzichtig met het outsourcen van het wachtwoord-herstel of de back-up dienst van gegevens. Het uitbesteden van deze vorm van controle aan een derde partij brengt risico's met zich mee voor wat betreft de kritische bedrijfsgegevens en bronnen. Organisaties moeten de volledige controle behouden over het resetten van authenticatie-mechanismen voor hun beveiligingsvoorzieningen. Dat kan bijvoorbeeld door het instellen van een interne helpdesk-functie.

Gegevensherstel

Het kunnen terughalen van gegevens zonder dat de gebruiker per se aanwezig moet zijn, is een belangrijke eis om te voldoen aan de voorschriften behorende bij audits en gegevensbeveiliging. Bovendien zijn de gegevens op een PSD eigendom van

de organisatie en PSD-beheer oplossingen moeten een manier bieden om die bedrijfsgegevens terug te halen. Dit kan zich bijvoorbeeld voordoen als een medewerker niet langer werkzaam is bij de organisatie.

Digitale identiteit

PSD's kunnen ook worden gebruikt als volwaardige zogeheten 'public key infrastructure' (PKI) tokens of dragers van eenmalige wachtwoorden zoals RSA SecurID. Hiermee kunnen gebruikers hun identiteit bewijzen richting Virtual Private Networks (VPN's), portals, websites en andere applicaties.

De gebruiker kan er tevens communicaties mee versleutelen zoals e-mail, documenten digitaal ondertekenen en een breed scala aan op identiteit gebaseerde handelingen verrichten. Zo kunnen financiële instellingen hun klanten een bekende en veilige omgeving willen bieden waarbinnen zij zaken kunnen doen, zoals hoogwaardige transacties met impliciete authenticatie. Deze devices kunnen gebruikt worden als authenticatoren bij dergelijke diensten. De gebruiker identificeert zich op het device, bijvoorbeeld middels een vingerafdruk, waardoor vervolgens een authenticatie-certificaat wordt ontsloten dat dan wordt gebruikt om de authenticatie te realiseren richting zakelijke bankdiensten.

Vernietigen van gegevens

Het terug kunnen halen van gegevens is een nuttige en noodzakelijke functie voor de meeste organisaties, maar het is net zo belangrijk voor hen om een functie te kunnen toepassen waarmee die gegevens worden vernietigd. Sommige gebruikers kunnen gegevens bij zich dragen die zo gevoel is zijn dat de vernietiging ervan de beste beveiliging is, met name wanneer er al enkele mislukte pogingen tot authenticatie zijn gedaan. Deze mogelijkheid om gegevens te vernietigen zou een vaste optie moeten zijn en volledig configureerbaar zijn met een device beheeroplossing.

Hergebruik

PSD's zijn het eigendom van een organisatie en zouden beschouwd moeten worden als bedrijfsgoed, net zoals laptops. En koop je telkens als een medewerker afscheid neemt, een nieuwe laptop? Waarom zou je dan je draagbare, beveiligde devices weggooien? Het type PSD dat je voor je organisatie kiest, zou herbruikbaar moeten zijn en/of toegewezen moeten kunnen worden aan nieuwe gebruikers, zo vaak als maar nodig.

Beheer

Op de toepassing van beveiligingsapparaten moet toezicht gehouden worden en deze moeten strak worden beheerd om optimaal te kunnen profiteren van gegevensbeveiliging, mobiele applicaties, veilige digitale identiteiten en krachtige gebruikers-authenticatie.

Het op afstand kunnen updaten van software gegevens op devices die reeds zijn ingezet, moet standaard zijn, gewoon om bij te kunnen blijven met de eisen en het beleid van de organisatie.

Bovendien vereist de compliance met gegevens-beveiligingsvoorschriften en beheerbeleid dat beheerrollen voor verschillende taken gescheiden kunnen worden, en daaruit volgt dat beheer-handelingen logbaar zijn (scheiding van taken). Volledig beheer van de devices en gebruiksbeleid vastgesteld door de organisatie zijn ook vereisten.

Asset management is in elke organisatie de sleutel tot een veilige omgeving. Als je precies weet wat zich 'in het veld' bevindt, kun je ook makkelijker een veilige omgeving creëren. Bovendien: weten waar je kwetsbaar bent en waar je veilig bent, is van cruciaal belang. Elke professional kan je vertellen dat de grootste dreiging wordt gevormd door onbekende assets, met name die assets die worden gebruikt maar waarvan je het bestaan niet kent.

Bij het inzetten van beveiligingsdevices wil je zeker weten wie in de organisatie welke asset heeft. Bovendien moet je in staat zijn, on-demand rapportage te bieden en wel om diverse redenen: eigendomsdiefstal, inbreuken op de beveiliging, compliance audit, interne verificatie enzovoort. Als je weet wie wat heeft en wat die persoon er mee doet, maakt het voor alle gebieden duidelijk.

Mobiel computeren

Veel organisaties laten hun medewerkers op afstand werken - maar wel veilig. Voorbeelden daarvan zijn medewerkers die veel onderweg zijn, regelmatig vanuit huis werken of deel uitmaken van een business continuity plan.

PSD's worden langzaam maar zeker de nieuwe alternatieven voor de traditionele mobiele omgeving: de laptop, dankzij het hogere gebruiksgemak en de potentiële kostenbesparing. Een opstarten vanaf een USB-device biedt de hoogste graad van veiligheid voor het beschermen van bedrijfsgegevens, terwijl ook de beste algemene mobiliteit en functionaliteit wordt behouden. Deze oplossing kan ervoor zorgen dat een onbeheerde of onbetrouwbare machine een betrouwbare omgeving wordt en op die manier een aantal significante kostenbesparingen kan opleveren voor de organisatie.

Slimme investering

Om optimaal te kunnen profiteren van de investering in PSD's, kun je je afvragen wat de voordelen voor je organisatie kunnen zijn als je niet alleen kritische gegevens altijd bij je kunt hebben, maar ook je uiterst gevoelige digitale identiteits-authenticatie. Zorg dan wel voor een combinatie van een krachtige gebruikers-authenticatie, gegevensversleuteling en draagbare digitale identificatie. ■



Sociale netwerken zijn een must

Sociale media hebben een ingrijpende invloed gehad op de manier waarop wij met elkaar omgaan, communiceren, organiseren, onze meningen vormen, en zelfs winkelen. Deze media hebben grenzen doen vervagen, meer transparantie geboden en voor meer continuïteit gezorgd in alles wat we doen. Inmiddels is ongeveer tien procent van de gehele wereld met elkaar verbonden middels sociale media, en dat aandeel groeit dagelijks. Organisaties en bedrijven kunnen ze niet meer negeren of blokkeren. Sociale media maken deel uit van de wereld waarin we leven, leren, spelen en werken.

De realiteit is dat je dáár moet zijn waar je doelgroep zit, en die mensen vind je waarschijnlijk vaker terug op een sociaal medium dan op welk ander platform of locatie. Zowel klanten als partners en medewerkers verwachten met jou in contact te kunnen komen via sociale media. Het is voor jou als ondernemer dus een manier om in contact te blijven, feedback te verzamelen, medewerkers te werven en samen te werken. Daarom moet je sociale media in je omgeving ondersteunen om de innovatie mogelijk te maken, de productiviteit te verhogen en de groei te bevorderen die nodig is om je onderneming te laten overleven.

Risico's van sociale media

Alles wat de sociale media zo aantrekkelijk maakt voor de gebruikers – het persoonlijke, het gemak waarmee informatie kan worden gedeeld, en de real-time aard van het medium – vormen aanzienlijke risico's voor je onderneming. Hieronder volgen de vier belangrijkste risico's waarmee je wordt geconfronteerd bij het gebruik van sociale media.

1. Malware: In 2010 werden de sociale media de favoriete communicatie-methode van de gebruikers. Deze gebruikers brengen meer dan 700 miljard minuten door alleen

al op Facebook, en daarmee maken zij sociale netwerksites en hun gebruikers tot ideale slachtoffers van malware. Uit een onderzoek van IT-beveiligers Sophos bleek dat 40% van alle gebruikers met malware geïnfecteerd was die afkomstig was van sociale netwerksites. De aanvallen van die malware maken gebruik van de vertrouwensband die is opgebouwd tussen de gebruikers en hun relaties. Zij (de malware-verspreiders) proberen gebruikers ertoe over te halen, informatie prijs te geven waarmee ze financieel voordeel kunnen behalen. Enkele voorbeelden van malware die met name succesvol is bij sociale media zijn:

- *phishing*: gebruikmakend van steeds slimmere technieken doen aanvallers zich voor als één van je legitieme sociale-netwerkrelaties en proberen je gevoelige informatie te ontlokken, zoals je inlogcodes. Ze maken misbruik van het feit dat veel mensen gewoonlijk voor al hun accounts dezelfde wachtwoorden gebruiken, en hopen dat als ze jou een gebruikersnaam en wachtwoord kunnen ontzutselen, ze toegang kunnen krijgen tot meer winstgevende accounts zoals je bankrekening en andere financiële en online accounts. De meeste gebruikers zijn er wel op bedacht om hun inlogcodes behorende bij hun financiële accounts niet prijs te geven, maar hun dagelijkse inlogcode tot een sociale netwerksite is slechts een kleine hindernis voor cybercriminelen om online zaken te stelen. Daarom richten steeds meer phishing-aanvallen zich op schijnbaar onbelangrijke online gebruikersaccounts.
- *click-jacking*: aanvallers proberen je te verleiden om op een link te klikken, bijvoorbeeld wordt zo'n link op je wall gepost en worden je vrienden gespamd met lokkertjes als 'kijk snel' of 'bekijk de foto's'. Als iemand dan op zo'n link klikt, installeren ze zonder dat ze het beseffen malware (code of script) die kan worden gebruikt om informatie te stelen of het beheer van de computer over te nemen. Clickjacking maakt misbruik van de dynamische aard van de sociale netwerksites en de bereidheid om te klikken op links op pagina's van mensen die je kent, en zelfs van mensen die je niet kent, om snel een groot publiek te bereiken. Zo verleiden ze je op slinkse wijze om privé-informatie prijs te geven (bijvoorbeeld door enquêtes), hits binnen te halen voor reclameinkomsten, en uiteindelijk toegang te verkrijgen tot je gehele sociale netwerk.

2. Verlies van gegevens: Bij sociale netwerken gaat het om het opbouwen van relaties en het delen van ervaringen en informatie. Maar soms is het niet de bedoeling dat die informatie publiek gemaakt wordt. Het komt vrij vaak voor dat mensen argeloos vertrouwelijke informatie posten ('hé, ik heb zojuist een gesprek gehad met xxx en ik zie

'Om de organisatie te beschermen tegen gegevensverlies en te voldoen aan branche-specifieke verordeningen, moet je in staat zijn de handelingen te beheren die jouw medewerkers kunnen verrichten op de diverse sociale netwerksites'

een forse commissie aankomen' of: 'ik ben radeloos, als we niet snel deze software-bug onschadelijk maken, heb ik een maand lang slapeloze nachten'). Dit kan geklassificeerd worden als 'interne kennis'. Er zijn ook gevallen bekend waarbij medewerkers onbewust op maat ontwikkelde software-codes op sociale netwerksites postten, en daarmee gevoelig intellectueel eigendom prijsgaven. Deze handelingen, hoewel niet doelbewust verricht, kunnen branche-specifieke verordeningen schenden, je reputatie aantasten, of je op achterstand zetten tegenover de concurrentie.

3. Verbruik van bandbreedte: Niet minder dan 40% van alle medewerkers geeft toe dat ze op hun werkplek op sociale netwerksites actief zijn. Met die activiteiten vormen ze een zware belasting van de beschikbare bandbreedte, wat ten koste gaat van andere zakelijke applicaties. Vorig jaar, toen de Amerikaanse regering open toegang toestond tot sociale netwerken, nam het verkeer over het internet toe met 25%. Alleen al video (denk aan alle filmpjes die je deelt met je vrienden en die je ophaalt van Facebook of Twitter) kan menig netwerk overbelasten. Een enkele video-stream verbruikt gewoonlijk tussen 500k en 1,2 Mbps (en dan hebben we het nog niet eens over HD, wat tussen de 4 en 7 Mbps opsloort), en als tientallen of zelfs honderden mensen tegelijkertijd video's bekijken, is het logisch dat de algehele prestaties achteruit gaan.

4. Productiviteitsverlies: Sociale netwerksites worden online bestemmingen waar je boodschappen kunt posten en lezen, afspraken kunt maken, kunt winkelen, video's kunt up- of downloaden, en kunt gamen. Dat maakt ze in toenemende mate gemakkelijk en aantrekkelijk voor gebruikers, en verleidt hen om steeds meer tijd op die sites door te brengen. Van de andere kant vormen ze een

steeds grotere uitdaging voor de organisatie om het gebruik ervan in te tomen. Als er geen beperking op wordt aangebracht, kan de tijd die de medewerkers doorbrengen op de sociale netwerksites de productiviteit nadelig beïnvloeden. Ze spelen dan liever online games dan dat ze werken.

Vereisten

Hoewel je beseft dat je het gebruik van de sociale media wel moet toestaan om te blijven concurreren en te kunnen groeien in de mondiale economie van vandaag, hoef je je onderneming nou ook weer niet bloot te stellen aan onnodige risico's. Er zijn manieren om je te beschermen tegen de risico's (of ze in ieder geval een stuk minder gevaarlijk te maken) die het sociale netwerken biedt. Je oplossing moet met name bevatten:

- een real-time web verdediging: het sociale netwerken verandert constant, en de tactieken die aanvallers gebruiken om er misbruik van te maken, veranderen mee. Als gevolg daarvan moet jouw oplossing het internetverkeer als het ware 'rennend' analyseren om bedreigingen te identificeren die zich daarop zouden kunnen bevinden. Real-time analyse van dynamisch veranderende links levert een acute risico-waarschuwing op waardoor tijdig beschermende maatregelen kunnen worden getroffen om de sociale media veilig te houden. Dus als je een melding krijgt als 'hé, kijk hier eens naar!', kun je daar ofwel op ingaan, dan wel dit wegklikken, afhankelijk van het potentiële risico dat dit oplevert.
- selectief sociale netwerk beheer: om de organisatie te beschermen tegen gegevensverlies en te voldoen aan branche-specifieke verordeningen, moet je in staat zijn de handelingen te beheren die jouw medewerkers kunnen verrichten op de diverse sociale netwerksites. Zo kun je bijvoorbeeld willen verhinderen dat medewerkers bijlagen, foto's of video's uploaden naar sociale netwerksites. Daarmee voorkom je risico's of ongewenst gegevensverlies en reputatieschade. Het gaat erom dat je tot in detail controle hebt over wat de medewerkers op de sociale media kunnen doen. Dit vereist een oplossing die niet alleen kijkt waar het initiële verkeer vandaan komt (bijvoorbeeld Facebook, YouTube, enzovoort) maar ook monitort wat er binnen die applicatie wordt gedaan (e-mail, het posten van boodschappen, het downloaden van bijlagen).
- caching: je kunt niet toestaan dat de sociale media je netwerk overbelasten en de werking van zakelijke applicaties nadelig beïnvloeden. Maar omdat sociale netwerken steeds meer een integraal onderdeel gaan uitmaken van de zakelijke processen, kun je ze niet zomaar blokkeren. Wat je wel kunt doen is elke potentiële degradatie van de prestaties ondervangen met caching. Daarmee



kun je lokaal gegevens en videobestanden opslaan na een initiële download, en deze beschikbaar maken voor gebruikers die deze dan willen inzien. Op deze manier kun je de toegang tot sociale netwerken gewoon toestaan zonder dat de prestaties van ander verkeer op het netwerk daardoor worden aangetast.

- flexibel beleid: om de productiviteit te beheren, moet je in staat zijn een acceptabel gebruiksbeleid te hanteren voor wat betreft de sociale media. Je kunt er bijvoorbeeld voor kiezen om de toegang tot online games tijdens kantooruren te blokkeren; maar je kunt het ook toestaan en het een lagere prioriteit op het netwerk te geven zodat het geen nadelige invloed heeft op de zakelijke applicaties. Met een flexibel beleid kun je de activiteiten die je wel of niet toestaat, een prioriteit geven en tijden bepalen wanneer toegang wel toegestaan is. De mogelijkheid om te onderscheiden tussen sociale netwerksites en specifieke applicaties of content binnen die sites is van cruciaal belang voor het formuleren van een acceptabel gebruiksbeleid. Dus als je ervoor kiest om games te blokkeren, kun je zowel standalone games als games binnen sociale media-sites blokkeren. ■



Auteur: Pierre Buijsman,
Senior System Engineer bij Blue Coat
(www.bluecoat.com)

De toekomst is groen

Landhuis Duckenburg - Vakbeurs facilitair: die mag je niet missen - Voedseluitgavesystemen - Catering en automaten: pure luxe?



De toekomst is **groen**

Gebouwbeheersystemen gaan goede relaties met elkaar aan. Terecht: open data protocollen kunnen een significante bijdrage leveren aan de duurzaamheid van vastgoed.

De afgelopen jaren heeft de bouwsector zich volop op de trend van duurzaamheid geworpen. De ironie van dit streven was dat een gebouw kon worden geklassificeerd als 'groen', of zelfs 'milieuvriendelijk', terwijl het beslist niet in de categorie 'duurzaam' zou mogen vallen.

Een zogenaamd groen gebouw zou normaliter enkele of alle hieronder genoemde doelen nastreven dan wel reeds hieraan voldoen:

- het terugdringen van de uitstoot van broeikasgassen
- het verbeteren van de luchtkwaliteit in het gebouw
- het verbeteren van de efficiëntie van het energiebeheer
- het omzetten van afval in energie

- het verminderen van de hoeveelheid afval en/of hergebruik of recycle het
- het verminderen van het verbruik van water.

Echter, om werkelijk duurzaam te zijn, moet een gebouw tijdens zijn gehele levenscyclus efficiënt zijn, zowel voor wat betreft operatie als kosten. Het dient ook aan zijn doel te voldoen, en aanpasbaar te zijn. Dat wil zeggen: redelijk gemakkelijk aan te passen zijn aan veranderende sociaal-maatschappelijke trends. Tenslotte is de eerste functie van een gebouw het bieden van een behuizing aan mensen, voor bewoning dan wel zaken. Als het gebouw geen positieve bijdrage levert aan de productiviteit of het welbevinden van

mensen, dan voldoet het niet aan zijn doel. 'Intelligente' gebouwen vergroten de bruikbaarheid van het pand en verhogen het niveau van de gezondheid en het welbevinden van de gebruikers - en daarmee hun productiviteit. Een intelligent gebouw hoeft niet per se ingewikkeld te zijn. Met de toepassing van een goed ontwerp, zelfs met eenvoudige technologie, kan een gebouw worden beschouwd als intelligent. Het kan passieve ontwerpfuncties hebben zoals ventilatie en vrije koeling, en het beheer van de interne temperatuur kan worden ondersteund door thermische massa en structuur.

Maar op Facility Management niveau zal een intelligent gebouw een slim ontwerp combineren met een bepaalde mate van technologische intelligentie (ofwel 'actieve intelligentie') zoals convergerende netwerken, geïntegreerd beheer, digitale IT en operationele infrastructuur, netwerken met open protocollen, met hoogwaardige monitortools en gebouwbeheersystemen. Dit niveau van intelligentie kan complex zijn, en het vereenvoudigen van complexiteit voor de gebruiker is eveneens een belangrijk doel van een intelligent gebouw.

Een 'groen' gebouw heeft als doel een duurzaam gebouw te zijn. Een 'intelligent' gebouw heeft als doel niet alleen aanpasbaar te zijn, maar ook geschikt voor het doel ervan, het niveau van welbevinden te verhogen en zo eenvoudig mogelijk te gebruiken en te beheren te zijn.

Slimme groene gebouwen

In de afgelopen jaren heeft de trend in de vastgoedwereld zich gericht op het combineren van deze twee elementen, met als resultaat de komst van 'slimme groene' gebouwen. Op dit niveau is de definitie van een duurzaam gebouw ook een andere: een gebouw kan niet duurzaam zijn zonder dat dit ook intelligent is. Bij de wereldtop van de Verenigde Naties in 2005 werden drie pijlers voor duurzaamheid benoemd: maatschappij, milieu en economie - ofwel: people, planet, profit. Gebouwen of ontwikkelingen die op al deze drie pijlers rusten, worden beschouwd als duurzaam. Een gebouw moet dus bruikbaar en geschikt zijn voor het doel waarvoor het bestemd is voor de mensen die erin wonen of werken. Het moet zo min mogelijk een belasting vormen voor de natuurlijke omgeving en het dient tevens efficiënt zijn in de operationele kosten gedurende de gehele levenscyclus van het pand. Waar het in deze formulering altijd om draaide, was het begrip 'waarde'. De vraag was altijd of duurzame gebouwen een bepaalde 'groene premie' of 'bonus' konden krijgen op de open markt.

Men is het er over het algemeen wel over eens dat er (nog) geen bonus bestaat voor een duurzaam gebouw. Het wordt echter wel steeds duidelijker dat er een 'penalty' wordt gehanteerd voor gebouwen die géén duurzame of groene eigenschappen bezitten, iets wat steeds vaker wordt gevraagd

door potentiële kopers/huurders. Gebouwen die dergelijke eigenschappen niet bezitten, lopen daardoor het risico, overbodig te worden.

Logisch gevolg daarvan is dat renovatie op basis van duurzaamheid steeds vaker wordt toegepast om de waarde van een vastgoed te behouden. Opmerkelijk is dan ook dat die angst om overbodig te worden (een winkeldochter) de grote drijfveer is om de meest actuele technologie te te passen op intelligente gebouwen. En dan kom je al gauw uit bij gebouwbeheersystemen.

Geïntegreerd

In het verleden hadden grotere en meer complexe gebouwen aparte systemen voor HVAC (klimaat- en luchtbehandeling), verlichting, beveiliging, liften, energiebeheer, water-, gas- en elektriciteitsvoorzieningen, enzovoort. Al deze losse systemen kunnen nu worden geïntegreerd middels het gebruik van open data protocol systemen, zoals Internet Protocol (IP) netwerken en protocollen zoals BACnet en LonWorks. Dergelijke protocollen omvatten een overeengekomen set van regels die van toepassing zijn op de hardware en de software van een computer. Ze kunnen interfacen met een breed scala aan systeemtypes, van BMS tot hotelboekingen en zijn daarom bijzonder flexibel.

Nieuwe systemen kunnen worden ingevoegd, of oude systemen worden vervangen, als de eisen of de technologieën veranderen. Dit kan allemaal gebeuren met een minimale verstoring van de bedrijfsprocessen om een beter beheer te verkrijgen over de kosten tijdens de levenscyclus. Tien jaar geleden werd dit beschouwd als uiterst innovatief, vandaag de dag wordt het als standaard voorziening verwacht. Want voorzieningen die ons in staat stellen, efficiënter te werken, maken het ook mogelijk minder energie en grondstoffen te gebruiken. Gebouwen die niet voorzien zijn van dergelijke systemen, worden steeds vaker gerenoveerd om hun marktwaarde te behouden dan wel op te krikken. Het gevolg hiervan is dat deze gebouwen voordeel behalen uit efficiëntie-voorzieningen die ze niet van oudsher bezitten, maar daarom wel in zekere zin voorbereid zijn op de toekomst. Die intelligente systemen worden heden ten dage beschouwd als duurzame eigenschappen. Sommigen zijn van mening dat de retailbranche de voornaamste promotor is geweest voor de implementatie van deze vorm van technologie, anderen geven de kantorenwereld de credits voor de stijgende populariteit ervan. Want slimme manieren om je bedrijfsprocessen te laten verlopen maken het verschil tussen succes en middelmatigheid. De vierkante meters zijn duur, en een gebouwbeheersysteem is een uitstekende manier om controle te behouden over je huisvestingskosten. Daarom is de stelling gerechtvaardigd dat alleen gebouwen die zowel intelligent als groen zijn, het predikaat duurzaam mogen dragen.

Een definitie van een duurzaam pand is 'een gebouw dat een productieve en kosteneffectieve omgeving biedt, gebaseerd



op drie basiselementen: mensen, producten en processen, en de interactie en onderlinge relatie tussen die drie. Intelligente gebouwen helpen zowel hun eigenaren als de beheerders en de gebruikers, hun doelen te realiseren voor wat betreft kosten, levenslang energiebeheer, welbevinden van de gebruikers, comfort, veiligheid, langetermijn flexibiliteit en marketability. Ofwel: die panden hebben een hoge maatschappelijke, economische en milieuwaarde. De branche heeft dit inmiddels ook onderkend, en als de opvatting over het concept duurzaamheid hier overheen wordt gelegd, dan heeft dit grote gevolgen voor de financiële waardebeoordeling van een gebouw. Er zijn zelfs al signalen dat de termen duurzaamheid en vastgoed niet eens meer in één adem genoemd worden: hierbij gaat men er van uit dat dit station al gepasseerd is omdat het een gewoon een maatschappelijke ontwikkeling is van wat wordt beschouwd als goed vastgoedbeheer: het wordt (is?) standaard om niet alleen duurzaam te bouwen, maar ook te beheren.

De rol van de facility manager

Slimme groene gebouwen hebben een innovatief design en zijn voorzien van technologische functies waardoor ze in de juiste betekenis van het woord duurzaam zijn. Daarom zijn deze panden ook ondersteunend bij het optimaliseren van de prestaties van de voorzieningen en verhogen dan wel behouden ze de waarde van een gebouw. De kantorensector is het voorbeeld bij uitstek hoe een betere integratie van mensen, systemen en processen van cruciaal belang wordt. De kan-

toomedewerker van de toekomst (in veel gevallen al: van vandaag!) wil veel meer flexibiliteit en de afhankelijkheid van digitale netwerken en open protocollen zal drastisch toenemen. Dergelijke systemen zullen ook steeds complexer worden en hoe dit zal worden opgevangen, zal een enorme uitdaging vormen voor de technici, de facility managers en de bouwbedrijven. Hierbij zal de facility manager een sleutelrol vervullen. Hij heeft immers niet alleen te maken met de gebruikers van een gebouw, en de relatie tussen de mensen en de panden zal sterker worden omdat de werkomgeving steeds meer de prestaties ondersteunt, stimuleert en faciliteert. Een grondig begrip van de wensen en eisen van de gebruikers is dan een absolute voorwaarde. Facility managers dienen inzicht te hebben in de werking van netwerken met open protocollen, in de manier waarop deze systemen in elkaar grijpen, in mensen en processen, en bovendien moeten ze kunnen onderkennen hoe groot de rol is die deze elementen hebben bij het optimaliseren van de waarde. De grootste uitdaging echter zit hem in de manier waarop al deze informatie wordt begrepen, geïnterpreteerd en gepresenteerd – op een zo eenvoudig mogelijke wijze. Zijn rol is dan het overtuigen van de eigenaar/ontwikkelaar/beheerder van een (nieuw te bouwen) pand, al die systemen en elementen zodanig te combineren dat de waarde van het pand ook op de langere termijn gehandhaafd blijft. Zo is economische duurzaamheid terug te voeren op praktische duurzaamheid. ■



Voedseluitgavesystemen

De belangrijkste voorwaarde voor de gezondheid en het prestatievermogen van mensen van elke leeftijd is een gezonde levensstijl – en die begint met een volwaardige voeding die aan de specifieke behoefte van elk persoon voldoet. Dat geldt voor het eten thuis maar ook voor wat men zoal in de werkomgeving nuttigt. Het voedingspatroon moet voldoende afwisseling vertonen, goed smaken en kosteneffectief bereid kunnen worden.

Er zijn diverse mogelijkheden om de weg ‘van de pan naar het bord’ te realiseren. Een voedseluitgavesysteem heeft te maken met de manier waarop de spijzen worden aangeboden. Dit behelst niet alleen de manier van bereiding, maar ook de eisen die worden gesteld aan de ruimte, de inrichting, het personeel en zeker niet in het minst aan de hygiëne.

Overzicht van uitgavesystemen

In de praktijk bestaan er vier voedseluitgavesystemen:

- Gemengde keuken
- Cook & Chill

- Diepvries systeem
- Warme maaltijden

• Gemengde keuken

In dit systeem worden de spijzen kort voor uitgave bereid. De naam geeft al aan dat de levensmiddelen deels klaar zijn voor uitgave, maar ook deels nog moeten worden bereid. Dit betekent bijvoorbeeld dat niet alleen verse en kant-en-klare producten zoals fruit en groente worden gebruikt, maar ook zogeheten convenience-producten, die door gespecialiseerde bedrijven vooraf zijn klaargemaakt. Denk daarbij aan gewassen en gesneden salades, geschilde en voorge-

kookte aardappelen, vlees- en visgerechten, sauzen en desserts. Deze zijn wat duurder dan geheel verse producten, maar schelen weer in de kosten voor personeel, bereiding en faciliteiten.

Voordelen

- Veel variatie in producten mogelijk.
- Het aanbod kan perfect aansluiten op de behoeftes (zowel hoofd- als tussenmaaltijden) van personeel dat zowel op kantoor-tijden werkt, als op mensen in de avond en nachtdienst.
- De spijzen kunnen op het moment worden klaargemaakt dat ze nodig zijn. De warm-



houdtijd, waarin veel vitamines, smaak, geur en textuur verloren gaan, wordt hierbij tot een minimum beperkt.

- Er kan snel worden ingespeeld op veranderde behoeftes: het aanbod kan zo optimaal worden gemaakt.

Nadelen

- Het systeem stelt hoge eisen aan de ruimteoppervlakte, het werkveld en de inrichting.
- Vergeleken met de andere systemen vereist dit systeem de hoogste investeringen en personeelskosten.
- Het personeel moet vakkundig en gekwalificeerd zijn; dit wordt deels opgevangen door de toepassing van (meer) convenience-producten.
- Niet rendabel bij (te) weinig gebruikers.

• Cook & Chill systeem

De vertaling van 'Cook & Chill' is koken en koelen. Het voedsel wordt in een centrale keuken of bij een professioneel bedrijf bereid, snel gekoeld en opgeslagen bij een temperatuur van 2 tot 3 °C. Op de plek van uitgave wordt het opgewarmd tot een temperatuur van minimaal 70 °C. Voedsel dat is bereid volgens de Cook & Chill methode is gewoonlijk drie tot vijf dagen houdbaar – mits de temperatuur op het gewenste peil wordt gehouden.

Welke eisen dit systeem stelt aan ruimte, inrichting en personeel hangt ervan af of het voedsel in eigen beheer wordt bereid of kant-en-klaar wordt ingekocht. In het geval

van eigen beheer zijn de eisen voor ruimte en faciliteiten vrijwel gelijk aan die van de gemengde keuken. Daarnaast is speciale apparatuur en ruimte nodig voor de koeling, dit zijn aanzienlijke investeringskosten. Bereiding in eigen beheer is rendabel vanaf circa 500 porties per dag.

Voordelen

- De ont koppeling van bereiding en uitgave maakt het mogelijk om charge-gewijs op te warmen.
- De organisatie kan uitstekend worden gepland.
- Er zijn korte warmhoudtijden mogelijk.
- Er kan flexibel gereageerd worden op het daadwerkelijke aantal gebruikers.
- De kwaliteit blijft op een gelijk, hoog niveau.
- De behoefte aan ruimte, faciliteiten en personeel is gemiddeld.

Nadelen

- Het aanbod is redelijk beperkt. Kortgebakken, gefrituurde en gepaneerde gerechten zijn niet geschikt voor dit systeem.
- De producten zijn duurder vergeleken met onbehandelde producten.
- Er is een aparte koelruimte nodig. Dankzij de flexibiliteit van uitgave is dit systeem goed geschikt voor bedrijfsrestaurants die ook avond- en nachtdienstpersoneel moeten voorzien van maaltijden. Bovendien kan het aanbod uitstekend op de diverse doelgroepen worden afgestemd. Het

keukenpersoneel moet wel worden getraind in de toepassing van dit systeem, met name in het gebruik van de apparatuur.

• Diepvries systeem

De term spreekt voor zich: hierbij worden voornamelijk diepgevroren producten gebruikt. Deze producten worden gewoonlijk door gespecialiseerde bedrijven aangeleverd. Het voedsel wordt op de standaard manier bereid, vervolgens razendsnel ingevroren en opgeslagen bij een temperatuur van minimaal -18 °C. Het voedsel wordt op locatie opgewarmd tot een temperatuur van minimaal 70 °C en aangevuld met verse items zoals salade.

De diepvriesketen tussen productie en uitgave mag niet worden onderbroken, pas vlak voor de uitgave kan het voedsel uit de vriezer worden gehaald. Dat voedsel kan bestaan uit afzonderlijke items, maar ook uit complete maaltijden. Zo kan het aanbod perfect worden afgestemd op de gebruikers. Dit systeem biedt weinig problemen voor het personeel dat verantwoordelijk is voor de uitgave.

Voordelen

- Als de gerechten kant-en-klaar worden aangeleerd, is dat gemakkelijk voor het keukenpersoneel: dat hoeft ze alleen nog maar op temperatuur te brengen.
- Als er afzonderlijke items worden afgenomen, dan kunnen deze verder op smaak worden gebracht met sauzen, kruiden of specerijen.

- Het moment van opwarmen van de spijzen kan direct aansluiten op de vraag. Er is dus nauwelijks warmhoudtijd nodig.
- Er kan flexibel worden ingespeeld op het daadwerkelijke aantal gebruikers.
- De planning kan uitstekend worden geregeld.
- De kosten voor ruimte, faciliteiten en personeel zijn ongeveer gemiddeld.

Nadelen

- Het aanbod is redelijk beperkt. Kortgebakken en gepaneerde levensmiddelen kunnen niet worden ingevroren.
- De inkoop van diepgevroren levensmiddelen is relatief duurder dan die van verse spullen.

- Als de receptuur van de kant-en-klaar maaltijden niet regelmatig verandert, kan bij de gebruikers 'smaakmoedheid' optreden. En blijven ze weg.

Ter aanvulling van deze diepvriesmaaltijden kan het beste verse salade, rauwkost en vers fruit worden aangeboden. Ook bij dit systeem moet het personeel worden getraind, met name in het gebruik van de apparatuur.

• Warme maaltijden

In het geval dat een bedrijf geen eigen keuken heeft, wordt vaak gebruik gemaakt van de diensten van een externe leverancier die warme maaltijden aanlevert. Deze hoeven dan alleen nog op locatie te worden geportioneerd en uitgegeven. Daarnaast worden koude items aangeboden zoals salade en desserts. Denk bij die externe leveranciers niet alleen aan cateraars, maar ook aan ziekenhuizen of verzorgingstehuizen. Let er wel op dat het aanbod is afgestemd op de doelgroep. Naarmate de warmhoudtijd langer is, nemen de voedingswaarde, vitaminegehalte en smaak, geur en kleur af. Maximaal aanvaardbaar is een warmhoudtijd van drie uur, maar uit hygiënisch oogpunt moet de temperatuur in deze periode niet lager komen dan 65 °C. Koude spijzen dienen bij uitgave 7 °C of kouder te zijn.

Voordelen

- Dit systeem kan gemakkelijk worden aangepast aan veranderde omstandigheden.
- De eisen aan het personeel voor wat betreft opleiding en training zijn relatief laag. Let wel op de eisen qua hygiëne en de voe-

'De keuze voor een bepaald systeem is met name afhankelijk van de vraag: kan het voedsel op locatie worden bereid, of moet gebruik worden gemaakt van kant-en-klaar aangeleverde etenswaren die eventueel op locatie kunnen/moeten worden opgewarmd?'

dingswaarde en variatie van het aanbod.

- Voor dit systeem is betrekkelijk weinig arbeid nodig.
- Vergeleken met de andere systemen zijn de eisen voor ruimte, faciliteiten en personeel laag te noemen.

Nadelen

- Lange warmhoudtijden leiden tot verlies van vitamines en andere zaken die gebruikers kunnen doen besluiten niet meer te komen.
- Bij het vervoer van het bereide voedsel kunnen etenswaren onbedoeld met elkaar vermengd worden.
- Het totale aanbod is redelijk beperkt. De textuur van kortgebakken, gepaneerde en gefrituurde levensmiddelen evenals die van pizza's en quiches verandert nadelig bij langere warmhoudtijden.

Ter aanvulling van deze maaltijden kan het beste verse salade, rauwkost en vers fruit worden aangeboden. De keuze voor een bepaald systeem is met name afhankelijk van de vraag: kan het voedsel op locatie worden bereid, of moet gebruik worden gemaakt van kant-en-klaar aangeleverde etenswaren die eventueel op locatie kunnen/moeten worden opgewarmd? Vandaar dat in de praktijk wordt gesproken over gekoppelde dan wel niet-gekoppelde systemen (van productie en uitgave).

Het bedrijfsrestaurant

Een belangrijk doel van het aanbieden van maaltijden in het bedrijfsrestaurant is het op peil houden van de prestaties van de medewerkers tijdens de werkdag – maar ook om deze mensen op de middellange en langere termijn gezond te houden. Als je elke dag in het bedrijfsrestaurant eet, wil je goed en gevarieerd eten tegen een redelijke

prijs. Voor een geslaagde oplossing op de langere termijn die ook nog eens kostenefficiënt is, is het daarom van wezenlijk belang dat de keuze voor een bepaald systeem is afgestemd op de specifieke omstandigheden en behoeftes van de organisatie. Heeft een organisatie ook avond- en nachtdiensten dan gelden aparte regelingen en voorzieningen, met name voor wat betreft het aanbod aan etenswaar. Vandaar ook dat ongeveer tweederde van alle organisaties gebruik maakt van het variabele systeem gemengde keuken. Voor kleinere organisaties is de bereiding in eigen beheer vaak te omslachtig, vandaar dat die (ongeveer een vijfde) kiezen voor het warme-maaltijdsysteem. Dit is ook praktisch wanneer een onderneming meerdere locaties heeft. Ongeveer een achtste van alle organisatie maakt gebruik van het diepvriessysteem, terwijl het Cook & Chill systeem niet veel wordt gebruikt.

Smaakvolle omgeving

Eten doen we graag in een aangename omgeving waar de zaken goed zijn geregeld. Zorg daarom voor een goede planning (dat mensen niet een kwartier op hun soep moeten wachten omdat die nog bevroren is) en prettige ambiance. Dat betekent een aantrekkelijke presentatie van het voedsel, goed bestek en dergelijke, maar ook: vriendelijk personeel en een aantrekkelijke inrichting van het restaurant. Overleg ook over de keuze van de manier van uitgave: zelfbediening (cafeteria line, free flow of front cooking) of service (dienbladsysteem of tafelsysteem). Tegenwoordig wordt het bedrijfsrestaurant steeds vaker ook als vergader-, presentatie- of gespreksruimte gebruikt. Een flexibele indeling is daarom wel zo handig, maar laat dit niet ten koste gaan van de aangename ambiance. ■



Vakbeurs facilitair: die mag je niet missen

Van 18 tot en met 20 januari waren de Brabanthallen in Den Bosch weer het toneel voor de vakbeurs Facilitair. Deze veertiende editie van de beurs bewees weer eens dat dit het belangrijkste evenement op facilitair gebied is in Nederland - en misschien wel ver daarbuiten.

Toch was dat voor de organisatie geen enkele reden om tevreden achterover te leunen, rustend op de lauweren. Integendeel: elk jaar weer worden er nieuwe elementen aan het beursprogramma toegevoegd. Vorig jaar werd al de FGNoviteitenprijs geïntroduceerd, en het succes hiervan bleek uit het grote aantal inzendingen dit jaar voor die competitie.

Ook dit jaar waren er nieuwe elementen, zo kreeg Hal 6 de functie van 'kennishal', met themapleinen, een

kennisplein en het eveneens nieuwe initiatief FM2Share (een samenwerkingsverband tussen zelfstandige facility-professionals). Daarnaast werd een aparte plek gereserveerd voor 'minder formele ontmoetingen': de Carrouselbar.

Dat de organisatie de vinger aan de pols houdt van de ontwikkelingen op het gebied van het Nieuwe Werken blijkt uit het feit dat bij die Carrouselbar maar liefst 30 flexwerkplekken werden ingericht.



'Vorig jaar werd al de FGNoviteitenprijs geïntroduceerd, en het succes hiervan bleek uit het grote aantal inzendingen dit jaar voor die competitie'



Nieuwe product

Menig producent en leverancier maakte weer van de gelegenheid gebruik om zijn of haar nieuwe product te introduceren op de Nederlandse markt. We noemen er enkele:

- SAB Catering kwam met Pure Moments, een commercieel koffieconcept dat is gebaseerd op ambachtelijke en duurzame producten.
- AVEX introduceerde een luxe vergadertafelconcept, ontwikkeld in samenwerking met meubelfabrikant Exclusive

Products. In het tafelblad zijn lcd-schermen verzonken opgenomen.

- MK2 supplies bracht een automaat voor het distribueren van onder andere usb-sticks, dvd's, batterijen, draagbare harddisks en telefoonladers. Deze 'winkel' is dus altijd open en je kunt er kopen met, bijvoorbeeld, op maat gemaakte betaalkaarten.
- BuzziSpace had in zijn stand een nieuw modulair meubelsysteem waarbij elk element meer dan één functie heeft.
- Pilot Pen Nederland introduceerde de Pilot FriXion Clicker, een pen die aangeeft wanneer het schrijfmechanisme van de pen wordt afgesloten. Bovendien is de inkt uitgumbaar.
- Dynamic Ergonomics kwam naar de beurs met BackApp, een zitoplossing die de rug versterkt en fysieke inactiviteit op de werkplek tegengaat.
- 3D Tradelink had een wereldprimeur: de multifunctionele zuil.

Ook volgend jaar zal de vakbeurs Facilitair ongetwijfeld weer veel noviteiten opleveren. De beurs – de 15e editie – wordt volgend jaar gehouden van 16 tot en met 18 januari 2013. misschien is het dan de overweging waard om de beurs één of twee dagen langer te laten duren. Dit vanwege de enorme drukte, met name op de parkeerplaatsen die nog nauwelijks voldoende ruimte bieden. ■

Airconditioners en luchtgordijnen scheppen een beter werkklimaat.



A.L.F. International BV
 Antwoordnummer 5478
 4700 VN Zevenbergen
 Tel. 0168 - 33 54 78
 Fax 0168 - 32 40 74
 www.alf-international.nl

JA, Stuur mij meer informatie over:

luchtgordijnen airconditioners bel mij voor een afspraak

Bedrijf: _____

Contactpersoon: _____ N/V

Adres: _____

Postcode/Plaats: _____

Telefoonnummer: _____

Faxnummer: _____

Stuur dit formulier gratis naar ons antwoordnummer.



Fratellino creëert belevingen in bedrijfsrestaurant

Bij bedrijfscatering wordt al snel gedacht aan een buffet met voorverpakte boterhammen, soep en kroketten. Dat het ook anders kan bewijst Felix Aaldering. De eigenaar van Landhuis de Duckenburg en Eten bij Zusje uit Nijmegen geeft met Fratellino een nieuwe sprankelende invulling aan de dagelijkse bedrijfslunch. ‘Wij maken van de bedrijfslunch een beleving.’

Iedere middag verzorgt Fratellino de bedrijfslunch voor de medewerkers van verzekeraar Bovemij Verzekeringen in Nijmegen. Gemiddeld maken dagelijks 150 medewerkers gebruik van het bedrijfsrestaurant. Wie het bedrijfsrestaurant binnenstapt krijgt direct het marktgevoel. Verse broodjes, groenten en fruit, liggen te kust en te keur uitgestald. “Doordat ik van origine geen bedrijfscateraar, maar een horecaondernemer ben, is mijn visie op bedrijfscatering heel anders dan die van de gemiddelde bedrijfscateraar”, licht Felix Aaldering toe. “Ik vind het belangrijk dat mensen verse en verantwoorde producten

voorgeschied krijgen en dat ze bovendien kunnen kiezen wat ze willen eten.”

Broodje kroket

Dit betekent volgens Felix Aaldering niet dat per definitie dat de wat minder gezonde producten verdwenen zijn uit het bedrijfsrestaurant. “Zo kun je bij ons ook nog steeds een broodje kroket bestellen. Wij willen niet dat mensen zich verplicht voelen om alleen nog maar gezond te eten in het bedrijfsrestaurant. Wel willen we mensen aanmoedigen om naast het iets minder gezonde product ook iets te nemen dat wel gezond is. Dit ondersteunen we

door ‘rode’, ‘oranje’ en ‘groene’ producten. Rood staat voor ongezond, oranje betekent een beetje gezond en de groene producten zijn heel gezond.”

Eigen formule

Het idee voor Fratellino ontstond in 2008 toen verzekeraar Bovemij een andere invulling van het nieuwe bedrijfsrestaurant wilde. “De medewerkers van Bovemij had ik regelmatig te gast in mijn restaurant voor een seminar, een lunch of een zakendiner. Toen ik opving dat ze niet tevreden waren over de huidige cateraar, besloot ik de stoute schoenen aan te



trekken en voortaan de catering in hun bedrijfsrestaurant te gaan verzorgen.” Ter inspiratie bezocht hij diverse (bedrijfs)caterars. “Van Atag Nederland en La Place tot de Campus in Eindhoven. Bij laatstgenoemde komen zo’n vierduizend mensen per dag eten in verschillende restaurants met elk hun eigen formule en doelgroep. Fantastisch vind ik dat.”

Seizoens- en streekproducten

Naast dat de producten in het bedrijfsrestaurant van Bovemij vers en verantwoord zijn, wordt ook gewerkt met seizoens- en streekproducten. “Ik werk graag met seizoensproducten omdat je in de zomer hele andere eetbehoeften hebt dan in de winter. Daarnaast heb ik een voorkeur voor streekproducten omdat ik dit als een stukje maatschappelijk verantwoord ondernemen zie. Het is toch van de zotte dat sla uit Berg en Dal eerst naar de veiling gaat om vervolgens in Nijmegen terecht te komen.”

Ondergeschoven kindje

Volgens hem is bedrijfscatering in Nederland over het algemeen een ondergeschoven kindje. “Het is een sluitpost”, reageert hij. “Mensen die horen dat wij bedrijfscatering verzorgen waar op verzoek broodjes vers belegd worden en iedere

dag verse smoothies, vruchtensappen en groenteshots verkrijgbaar zijn, denken al snel dat dit heel veel kost. Fratellino is echter helemaal niet duurder dan een andere bedrijfscateraar. Doordat wij pas broodjes maken wanneer iemand iets bestelt, hoeven wij aan het eind van de dag nauwelijks iets weg te gooien. Wij hebben een derving van 3%, terwijl het gemiddelde 7 à 8% is. Hierdoor kunnen wij goedkoop en efficiënt werken.”

Naast de ruime keuze in producten wordt er in het restaurant ook aandacht besteed aan de beleving. “Wij spelen altijd in op de thema’s”, legt hij uit. “In het voorjaar werken we met krokussen en paaseieren en in de herfst bijvoorbeeld met pompoezen, paddenstoelen en bladeren. Ik ben van mening dat je in een bedrijfsrestaurant ook een sfeervolle ambiance moet kunnen creëren.”

Mee naar huis

Duidelijk is dat de catering van Fratellino verder gaat waar anderen ophouden. Zo kunnen de medewerkers van Bovemij recepten en kookboeken uit het bedrijfsrestaurant mee naar huis nemen. Daarnaast is er de mogelijkheid om na werktijd tegen een geringe vergoeding een vers bereide

maaltijd af te halen in het bedrijfsrestaurant. “De ene keer kan dat een boerenkoolstampot zijn en de andere keer een lasagne- of macaronischotel. Ideaal voor mensen die weinig tijd hebben om te koken na het werk en het is nog gezond ook. Wekelijks maken gemiddeld zo’n zestig mensen hier gebruik van.”

Enthousiaste reacties

Volgens Felix Aaldering krijgt hij heel veel enthousiaste reacties op het concept, van zowel de medewerkers van Bovemij als buitenstaanders. “Regelmatig neem ik gasten van Landhuis Duckenburg en Eten bij Zusje mee naar het bedrijfsrestaurant van Bovemij, zodat ze het concept zelf kunnen aanschouwen. Mensen kijken hun ogen uit. Wat opvalt is dat men vaak niet weet dat er ook een andere manier van bedrijfscatering mogelijk is. Er is nog veel onwetendheid over bedrijfscatering. Ik hoop dan ook dat we binnenkort nog meer bedrijven kunnen interesseren die een nieuwe smaakvolle invulling willen geven aan hun bedrijfsrestaurant.” ■

Voor meer informatie:

Landhuis de Duckenburg/Eten bij Zusje,

Felix Aaldering: 024-3444781 / 06 209 69 383



Catering en automaten: pure luxe?

In elke editie van Office Magazine.nl publiceren we reacties op een stelling met betrekking tot een gebied van de kantoorwereld. Daartoe formuleren we prikkelende stellingen die we voorleggen aan een aantal toonaangevende partijen op dat gebied.

Stelling:

Catering in het algemeen, en veelzijdige drankenautomaten en -machines zijn een luxe en het is logisch dat daar als eerste op wordt bezuinigd.

Bianca Wester, SAB Catering:

In deze tijd van crisis is het voor organisaties juist ook van belang om te investeren in hun medewerkers, het grootste kapitaal van een organisatie. Krapte op de arbeidsmarkt wordt weer sterker en het wordt steeds belangrijker goede mensen te binden.

Onlangs verscheen deze publicatie: 'Eenzaamheid <http://www.nuzakelijk.nl/werk/2727058/eenzaamheid-werknemer-slecht-voor-bedrijf>'.html. Dat onderstreept de effecten op langere termijn.

Als cateraar nemen wij uiteraard wel onze verantwoordelijkheid om met creatieve, ondernemende oplossingen voor de opdrachtgever

te komen, zodat enerzijds de kosten voor de opdrachtgever omlaag gaan en anderzijds de kosten voor de lunchgast acceptabel blijven. Door op een creatieve wijze de cateringprocessen in te richten is een mooie bezuiniging vaak al realiseerbaar.

Samenvattend: ja, begrijpelijk dat in een tijd van crisis op de kosten gelet wordt, maar laten we voor de langere termijn vooral de opbrengsten van een goed georganiseerde innovatieve catering niet uit 't oog verliezen.

Huib Mutsaers, Marketing & Sales Manager Watercompany:

Juist in een tijd waar bij personeel op alles wordt bezuinigd is het van belang dat secundaire voorzieningen goed geregeld zijn. Wij zien zelf een trend van luxere koffieautomaten met betere koffie, maar ook met separate waterkoelers voor plat en bruisend water. De pantry wordt de nieuwe ontmoetingsruimte. Met 'Het Nieuwe Werken' ziet men steeds meer personeel uit de kantoren weg trekken. Bij bezoek op kantoor wil men quality time en interactie met collega's. Als werkgever is het fout

om koffiedrinken als een werkonderbreking te zien. De nieuwe luxere coffeecorners zorgen juist voor een informelere omgang onderling, waar ondertussen ook nog gewerkt kan worden.

Thuis is men tegenwoordig van alle gemakken voorzien. Om de trek naar kantoor te krijgen redt men het dan ook niet met een simpele koffieautomaat en een plastic waterkoeler met losse flessen. Het bezoek aan kantoor hoort een meerwaarde te hebben. Goede koffie, gekoeld water, diverse soorten thee en een mooie en of gezellige uitstraling zijn dan productiviteit verhogend.

Peter van Ee, Leo op het werk!:

Op het eerste gezicht zou een ieder de stelling onderschrijven. Maar het is maar hoe je ernaar kijkt.

In december van het vorig jaar werden wij geconfronteerd met een locatie die aankondigde dat er een reorganisatie gepland stond met alle gevolgen van dien voor onze samenwerking. Bij het horen van een dergelijk bericht slaat je direct de schrik om het hart en hou je rekening met het ergste.

We werden vervolgens gebeld of we langs wilden komen. Naast de facilitair manager, onze contactpersoon, was ook één van de directieleden aangeschoven. Het directielid opende het gesprek; "Onze organisatie zit in zeer zwaar weer en we zullen maatregelen moeten nemen om deze zeer lastige periode het hoofd te bieden." Een kwart van het personeels-

bestand zou de wacht aangezegd worden. Het team dat over zou blijven en de organisatie door het zware weer zou moeten gaan loodsen, zal door het MT 'getrakteerd' worden op alle voorzieningen, ook die men al gewend was, om het doel te bereiken waar men voor staat. Dus ook het samen blijven lunchen, samen genieten van een welverdiende lekkere en eerlijke lunch mocht zeker niet ontbreken. "Juist deze voorziening is van onschatbare waarde om het contact met de groep overgebleven medewerkers te behouden en opnieuw te werken aan het 'wij-gevoel'."

Ondanks dat het 'preken is voor eigen kerk' kan ik me zeer goed vinden in deze zienswijze. En ja, natuurlijk moet je als huiscateraar alle zeilen bijzetten om de lunch voor zowel de medewerkers als de opdrachtgever tegen de hoogste kwaliteit en de laagste kosten aan te kunnen bieden. Daar ben je partners voor!

Marije de Groot, Albron:

Wij zijn van mening dat het logisch is dat bedrijven in deze tijd kritisch naar hun uitgaven kijken. Echter: catering is volgens ons zeker niet alleen luxe, maar juist een heel belangrijke tool om goed werkgeverschap vorm te geven. Eten en drinken op het werk dat op de juiste manier is ingevuld kan een positief effect hebben op medewerkerstevredenheid en arbeidsproductiviteit, een rol spelen bij het faciliteren van het nieuwe werken en bovendien het imago van een werkgever bij (potentiële) medewerkers versterken. Wat die 'juiste' invulling is, verschilt per organisatie, maar zeker is dat een goede kop koffie en een smakelijke lunch in een gezellige omgeving door medewerkers zeer worden gewaardeerd.

Rijnzathe 11 - 3454 PV De Meern
030 669 695 www.albron.nl
info@albron.nl

**Ronald Weerwag, Arron Franchise BV:**

Veel nieuwe klanten van Arron Group hadden voorheen een bedrijfscateraar in huis. Deze bedrijven hebben bijvoorbeeld door inkrimping moeten besluiten personele kosten onder de loep te nemen, waardoor het personeelsbestand krimpt en een bedrijfscatering minder voordelig werd. Daar waar bedrijven en instellingen personele en facilitaire kosten onder de loep nemen, kunnen consumptie- en koffieautomaten een uitkomst bieden. Zo blijkt in de praktijk dat de huidige crisissituatie kansen biedt voor full service vending bedrijven.

Veel bedrijven zoeken alternatieven voor dure bedrijfscatering. Met ons Fresh Vending concept bieden wij ze wel het dagverse assortiment zoals belegde broodjes en zuivel, maar niet de lasten van personele kosten.

Registreer u nu voor de gratis Office Magazine nieuwsbrief op onze website officemagazine.nl

Online Vacatureservice Gratis voor abonnees!

U ontvangt naast vakinformatie als abonnee vele voordelen



UW CROSSMEDIALE VAKBLAD ALTIJD BINNEN HANDBEREIK!!

Vakinformatie 24 uur per dag

- * 6 keer per jaar vakinformatie in het tijdschrift Office Magazine
- * 12 keer per jaar extra nieuws via de Office Magazine digitale nieuwsbrief
- * Actueel nieuws en dossiers op www.officemagazine.nl
- * Vanaf maart; vacatureoverzicht op www.officemagazine.nl/vacatures

Word abonnee!

- U heeft recht op gratis vacatureplaatsingen.
- Opname van uw bedrijfsgegevens in de bedrijven gids. U bespaart direct al 100 euro!!
- Recht op vele extra kortingen op lezersaanbiedingen!

(zie de antwoordkaart elders in deze uitgave of ga naar www.officemagazine.nl)

Adverteren?

Altijd een crossmediale uiting in print en online.

- All-in pakket: u ontvangt voor 1 prijs altijd een advertentie in het tijdschrift en zowel een persbericht als bedrijfsprofiel in de bedrijvengids op de website.

Interesse? Stuur een email naar onze media adviseur: aysun@vanmunstermedia.nl

**OFFICE MAGAZINE; HET MULTIMEDIALE VAKBLAD VOOR
KANTOORINRICHTING, -ORGANISATIE & FACILITAIR MANAGEMENT**

(On the movE)



newDirections een verzameling van mooie projecten en bijzondere mensen in de breedste zin van het facilitaire werkveld.



> > > > >

DE PROJECTEN WAAR JE TROTS OP BENT



DE CONSULTANT MET ECHTE KWALITEIT



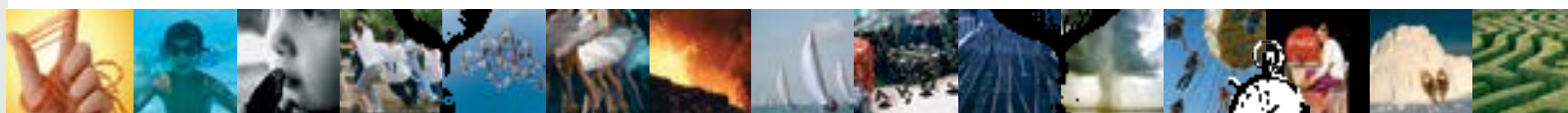
EERLIJK EN VERBONDEN

> > > > >



TAILORMADE EN ECHTE KWALITEIT, ONDANKS ECONOMISCHE EN SOCIOLOGISCHE FASE

> > > > >



OMDAT WE WERKEN ZOALS WE ZIJN, ZIJN WE GOED IN WAT WE DOEN



Polar Ice® by Human Office

De Polar Ice is niet alleen een mooi vormgegeven spannings- en data unit. Hij is tevens ook erg slim vormgegeven, doordat hij modulair opbouwbaar is met bijvoorbeeld: Data, USB, VGA/DVI, HDMI en audio.

Door de slimme tafelklem met quick-release kan de Polar Ice eenvoudig en zonder gereedschap vanaf de bovenzijde van het bureaublad bevestigd en verplaatst worden.

Een ander voorbeeld van flexibiliteit is Plug and Play. U kunt hierdoor bijvoorbeeld gebruik blijven maken van de bestaande data-bekabeling en ook de units zijn hierdoor makkelijk uitwisselbaar.

Bel voor meer informatie of surf naar onze website.

026 - 31 95 710 | www.humanoffice.nl



a Human Office works better!