

Multimediaal platform voor verandermanagement

Change

Your Business.nl

Zomer 2022 - Changeyourbusiness.nl

Kjeld van Dijk (NLInvesteert):

'Cofinanciering is de nieuwe werkelijkheid'

Is reshoring de oplossing voor productieverstoringen? - **Jasper Bergamin** nieuwe eigenaar van **Het Wapen van Bommel** - Ga toch fietsen! - **Geert-Jan Berning, Gaico Willemsen en Rob van Straaten** vormen een financieel warenhuis - Hoe lossen we het arbeidsmarktprobleem op? - **NUL24** bezoekt **Planet Awesome** en **Guus Meeuwis** - Freek Hartgring: 'Plezier in je werk is de basis van alle succes' - **John Meijering** over **marketing automation** - Mauron (refurbished kantoormeubilair) groeit als kool - **Roel Kop: 'Is schieten, altijd verliezen?'** - Roald Bergamin: "Hoe trek je de juiste mensen aan?" - **Sander Hendrix: 'Alles draait om PPI'** - Eindelijk weer buiten borrelen - **Wouter van der Loon** over **solidariteit en identiteit**



VAN ZUIJLEN AUTO'S





De bulldozer-methode

We mogen dan al jaren dezelfde premier hebben, de kans dat hij al doende zijn ervaringen omzet in nieuwe werkmethoden is nul. En de maatschappij heeft die boodschap inmiddels begrepen. Hoe lang wordt er al aangemodderd met de toeslagenaffaire? Hoeveel Groningers wachten nog steeds tevergeefs op de versterking van hun door aardbevingen beschadigde huizen? Hoelang weten we al dat er nu echt iets aan het stikstofprobleem moet worden gedaan? En gaan we niet weer met open ogen, zonder enig plan van aanpak, op weg naar het volgende coronadebacle? Van de politiek zullen we het niet moeten hebben. Het mogen dan ingewikkelde opdrachten zijn, daarvoor zitten die heren en vrouwen op het pluche. En vergeet onze gewaardeerde kamerleden niet. Die doen niet, of in elk geval onvoldoende, waarvoor ze zijn aangesteld. Niet alleen de regering controleren, maar ook zelf pro-actief meebesturen. Zij zaten, met uitzondering van een enkeling, bijvoorbeeld te slapen toen het leven van duizenden gezinnen werd verwoest. Ze hebben grote hoeveelheden boter op hun hoofd.

Mensen zijn het vertrouwen in de politiek kwijt. En niet alleen het vertrouwen in de Europese of de landelijke politiek, maar ook de bestuurders op regionaal en lokaal niveau slagen er maar niet in daadkrachtige besluiten te nemen. Stelling te nemen tegen maatregelen die of niet helpen of het probleem vooruitschuiven. We hebben te maken met een nieuwe politieke mode, de zogeheten bulldozer-methode. Probleem? Schuif het zo lang mogelijk voor je uit, of als dat écht niet meer kan, maak een ander verantwoordelijk. Zo wordt de oplossing voor de stikstofproblematiek nu overgelaten aan provincies. Over de schutting

ermee, stel een termijn in waarop de provinciebesturen met een oplossing moeten komen, in dit geval een jaar. Het is niet moeilijk te voorspellen hoe er juni 2023 vanuit Den Haag zal worden gereageerd. Foei, niks van gebakken, weet je wat? We stellen een commissie in. Poetins gaschantage zal komende winter leiden tot kou in huis, die zelfs met drie truien niet valt te bestrijden. Ik heb alvast zes kuub hout laten aanrukken, maar niet iedereen heeft een houtkachel of open haard. De Haagse reactie? Ook nu al uit te tekenen. We konden er niks aan doen. Russen zijn stout, Europa reageerde niet alert, we konden pas laat starten met het aanleggen van voorraden en wie had nu zo'n koude winter met 's nachts zelfs af en toe vorst voorspeld?

Geen daadkracht, geen samenwerking, alleen met alle macht vasthouden aan het pluche. Als die vraagstukken echt boven je pet gaan, dan heb ik een voorstel. Ga iets anders doen, val de Nederlandse maatschappij niet lastig met je broddelwerk. Intussen gaan allerlei groeperingen zelf aan de slag. Neem Caring Farmers, een groep van zo'n driehonderd kringloopboeren die het heft zelf in handen nemen, die hun eigen plannen maken om de problemen het hoofd te bieden. Zij hebben het vertrouwen definitief verloren, demonstreren niet, maar bedenken zelf oplossingen. Banken financieren hun plannen niet, 'te risicovol', private investeerders doen dat wel. Gelukkig zijn er dus nog Nederlanders die hun verstand gebruiken. Je zou er moedeloos van worden.

Hans Ebersson

6 Kjeld van Dijk: Cofinanciering is de nieuwe werkelijkheid

Kjeld van Dijk komt het met zijn advieskantoor Hercules Capital Management steeds vaker tegen; bedrijven groeien, willen investeren in (hightech) machines, transportmiddelen of in vastgoed en hebben daarvoor financiering nodig. Dan krijgen ze vaak te maken met een zich terugtrekkende bancaire sector. Vreemd, want geld uitlenen is toch een kernfunctie van banken?

14 Jasper Bergamin nieuwe eigenaar van Het Wapen van Bemmel

Mensen die hun veertigjarig dienstjubileum vieren zijn zeldzaam, want verandering is het toverwoord. Om de vijf jaar een nieuwe werkgever, weliswaar in dezelfde of een vergelijkbare bedrijfstak, een andere omgeving en nieuwe collega's. Dat verbreedt je horizon, geeft energie en houdt je fris. Jasper Bergamin (47 jaar) pakte die veranderingsgedachte heel serieus aan. Hij koos ook voor een andere werkomgeving, want hij maakte de overstap van regiodirecteur COOP Supermarkten (22 jaar ervaring) naar exploitant van Het Wapen van Bemmel (nul ervaring in de horeca). Van werknemer naar eigen ondernemer, tijdens corona, ga er maar aan staan. Een verslag.

22 Het persoonlijke alternatief in bankieren en verzekeren

De digitale revolutie die zich nog steeds in een rap tempo voltrekt heeft vele voordelen, maar er kleven ook nadelen aan. Zoals de persoonlijke dienstverlening, die steeds verder naar de achtergrond verdwijnt. Dat geldt zeker in de zakelijke dienstverlening, waar veel contacten standaard digitaal worden afgehandeld. De klant komt daarmee steeds meer op afstand te staan. Toch is er – in sommige branches meer dan in andere – ook sprake van een tegenbeweging. Kantoren die met alle benodigde kennis en ervaring juist kiezen voor de persoonlijk aanpak, die hun klanten van haver tot gort kennen en die bij wijze van spreken 24/7 beschikbaar zijn om vragen te beantwoorden en problemen op te lossen. Geert-Jan Berning (Berning Financieel Advies & Private Banking), Gaico Willemsen (Willemsen Verzekeringen) en Rob van Straaten (Buitenlanddesk) geloven heilig in die werkwijze. Ze zitten sinds kort in hetzelfde pand aan de Daalseweg 236 in Nijmegen. Dat heeft zo zijn voordelen, niet alleen de uitstraling van het representatieve pand in een populaire wijk, maar ook de kruisbestuiving die vrijwel automatisch plaatsvindt. Een mooi verhaal over hoe het ook kan.

32 Freek Hartgring over horeca en de nieuwste loot aan de stam: Bar Nobel

De horeca-loopbaan van Freek Hartgring (57 jaar) begon niet zoals zo vaak in de bediening tijdens zijn studietijd. Hij verdiende toen zijn extra centjes als beveiliging en daarin maakte hij snel carrière. Maar zijn hart lag er niet, dat lag in de wijnhandel, met name in Portugese wijnen. Dus daarin is hij nog steeds actief. Maar er kwamen meer kansen in de horeca en Freek is iemand die kansen pakt. Vaak niet in zijn eentje, maar met anderen en met hemzelf in een rol op de achtergrond, nooit achter de tap. Dat geldt ook voor Bar Nobel, die op 22 mei de deuren opende aan de Grotestraat 7 in Nijmegen. Een nieuw concept, maar met veel potentie volgens Freek. Een verhaal van een liefhebber.

Kjeld van Dijk (Hercules Capital management): 'Cofinanciering is de nieuwe werkelijkheid. Traditionele bancaire oplossingen kunnen we aanvullen met gelden van andere alternatieve financiers, vanuit het eigen financieringsplatform of beleggingsfondsen'

14



22



Jaargang 7, zomer 2022
www.changeyourbusiness.nl

EEN UITGAVE VAN
Changeyourbusiness.nl

Changeyourbusiness.nl is een handelsnaam van
Eberson Communicatie
St. Jacobslaan 475
6533 VH Nijmegen

DRUKWERK
Balmedia Schiedam

REDACTIE
Roald Bergamin, Hans Eberson, Wim Kares, Roel
Kop, John Meijering, Wouter van der Loon, Jan
van de Wijdeven

FOTOGRAFIE
Broer van den Boom /
www.broervandenboomfoto.nl,
Rob Joseph, Danny Vermeulen

VORMGEVING
Van Munster Media / Jan-Willem Bouwman en
Lisanne Cobussen

COVERSTORY
Kjeld van Dijk over cofinanciering als de nieuwe
werkelijkheid

ABONNEMENTEN
Abonnementen kunnen op elk gewenst tijd-
stip ingaan. Alle abonnementen hebben een
looptijd van een jaar en worden automatisch
verlengd, tenzij de abonnee uiterlijk drie maan-
den voor de verstrijksdatum schriftelijk opzegt.
Abonnementsprijs per jaar 39 euro excl. btw.
info@ebersoncommunicatie.nl

ADVERTENTIE TARIEVEN
Advertentietarieven op aanvraag,
Tel. 06 53 656 432

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 onvol-
ledigheden van de verstrekte gegevens.



40 Mauron (refurbished kantoormeubilair) groeit als kool

Het begon ooit als een geintje. In 2013 besloten Maurice Traa (eigenaar Auto Traa) en een kennis om tijdens een BVA-veiling een bod uit te brengen op een partij gebruikt kantoormeubilair. "Tot onze stomme verbazing kregen we de partij. Toen we een maand later een enorme hoeveelheid kantoormeubilair van het Ministerie van VWS konden ophalen was Mauron geboren. Sindsdien is er veel gebeurd."

44 Sander Hendrix en Aïda Papilaja - Hendrix over PPI

'Elk nadeel heb z'n voordeel'. Een uitermate afgezaagd cliché, maar zoals altijd met clichés, het is wel waar. Dat gold zeker ook voor Sander Hendrix en Aïda Papilaja -Hendrix (MANNA en Hotel Blue), die tijdens de verschillende lockdowns de rust namen om elk onderdeel van hun organisatie eens echt kritisch te bezien. Wat ging goed, wat kon beter, maar vooral ook waar liggen kansen? Dat leidde tot kleine veranderingen en soms tot echte innovaties en nieuwe concepten. "Volgens het PPI-principe (People, Pricing & Inspiration) onze eigen aanvulling op de drie P's van People, Planet & Profit."

Verder in deze editie

- | | | | |
|----|---|----|---|
| 10 | Is reshoring de oplossing voor productieverstoringen? | 42 | Roel Kop: 'Is schieten altijd verliezen?' |
| 18 | Ga toch fietsen! | 43 | Roald Bergamin: 'Hoe trekt u de juiste mensen aan? Een voorbeeld' |
| 26 | Personeelstekort? Doe er wat aan! | 48 | De zon scheen weer tijdens onze borrel |
| 30 | NUL24 bezoekt Planet Awesome en concert Guus Meeuwis | 50 | Wouter van der Loon over solidariteit en identiteit |
| 36 | Neurodivergentie biedt bedrijfsleven vooral kansen | | |
| 37 | John Meijering over marketing automation | | |



Arne van Ophem, Margo Huijermans en Kjeld van Dijk

Kjeld van Dijk over financieringsplatform NLInvesteert:

'Cofinanciering is de nieuwe werkelijkheid'

Kjeld van Dijk komt het met zijn advieskantoor Hercules Capital Management steeds vaker tegen; bedrijven groeien, willen investeren in (hightech) machines, transportmiddelen of in vastgoed en hebben daarvoor financiering nodig. Dan krijgen ze vaak te maken met een zich terugtrekkende bancaire sector. Vreemd, want geld uitlenen is toch een kernfunctie van banken?

Kjeld van Dijk is niet alleen een financieel-strategisch partner voor bedrijven, hij is ook franchisenemer en regiodirecteur van NLInvesteert Zuid-Gelderland: "Banken opereren steeds terughoudender. Dan ontstaan vanzelf andere kanalen, zoals NLInvesteert, een platform dat als regisseur van bedrijfsfinancieringen verschillende kapitaalstromen (vanaf €250.000,-) kan combineren tot de best passende oplossing voor ondernemers. Bovendien kan via NLInvesteert ook eigen funding worden verzorgd en

fungeert het platform als een veilige manier voor investeerders om mee te investeren in Nederlandse bedrijven." Kjeld van Dijk heeft meer dan twintig jaar werkervaring in adviserende senior functies binnen het bankwezen en de corporate advisory praktijk voor DGA's en familiebedrijven in het MKB. Corporate banking en private banking bij ING Bank, senior adviseur bij Crowe Horwath en daarna twee jaar senior advisor bij Credit Suisse Bank in Zürich. "Daar werd ik in 2013 voor benaderd en dat vond ik een geweldige

uitdaging. We verhuisden, mijn vrouw Conchita Ligtoet en onze kinderen, naar Zwitserland. Ik kwam in een andere wereld terecht, het Zwitserse bankwezen was volop in transitie. Dat was voor mij een bijzondere tijd, maar mijn familie kon niet echt aarden in Zwitserland. Bovendien stonden de kinderen voor de start van belangrijke vervolgstudies en dus besloten we terug te keren naar Nederland.”

ONDERNEMEN

Bij terugkomst stond Kjeld van Dijk op een tweesprong. “Ik wilde niet terug naar de reguliere bankwereld. Ik had in Nederland ervaren dat die wereld langzaam veranderde. Mede door de steeds verder oprukkende automatisering en digitalisering kwamen klanten op afstand te staan, kredietverlening vond steeds meer op basis van alleen ratio's plaats. De adviesfunctie werd uitgehold en ik kon klanten naar mijn gevoel steeds minder bieden wat ze nodig hadden. Ik wilde met alle vergaarde kennis echt iets kunnen (blijven) betekenen voor de klant. Geen korte termijn projecten, maar zoeken naar het optimaal haalbare, waarbij we klanten echt konden gaan helpen bij het maken van hun financieel-strategische keuzes. Waarbij ook de vertrouwensrelatie kan groeien en een lange-termijn relatie ontstaat. Dus bleef



‘In het MKB bestaat een duidelijke behoefte aan een financieel-strategisch adviseur die naast de klant staat’

er eigenlijk nog maar één logische optie over: voor jezelf beginnen en de dingen gaan doen zoals jij denkt dat het hoort. In het MKB bestaat een duidelijk groeiende behoefte aan een onafhankelijk financieel-strategisch adviseur, die weet wat een ondernemer beweegt en die

ervaring heeft met het zoeken naar een balans tussen zakelijke en privébelangen. Samen met mijn vrouw besloot ik in 2015 met Hercules Capital Management te starten, waarbij wij ons met name gingen richten op advisering van familiebedrijven. Mijn vrouw regelt eigenlijk alles rondom de klanten en de organisatie (onder andere personeel, communicatie, compliance en de boekhouding). Ik kon me daarbij geheel gaan richten op de klanten zelf. Wij houden ons bijvoorbeeld bezig met vraagstukken op het gebied van bedrijfsopvolging, aan- en verkoop van bedrijven, samenwerkingen, grote groei- en investeringsvraagstukken, turn-around scenario's, herfinancieringen, en het ophalen van risico- en groei kapitaal. We zijn in zeven jaar uitgegroeid tot een deskundige en betrouwbare sparringpartner voor ondernemers.”

NLINVESTEERT

Kjeld van Dijk begreep dat er behoefte bestond om naast banken ook andere financieringskanalen aan te boren. “Toen kwam NLInvesteert in beeld, een regionaal georganiseerd franchiseplatform van financiële dienstverleners met een eigen crowdfundingplatform. Cofinanciering is namelijk de nieuwe werkelijkheid. Traditionele bancaire oplossingen kunnen we op die manier aanvullen met gelden van andere alternatieve financiers en dus ook vanuit het eigen financieringsplatform of de beleggingsfondsen. Dat laatste is wel uniek, en daarmee kunnen wij de klant – mits de financieringscasus haalbaar is – altijd van een financieringsoplossing voorzien. Daarbij blijft de stelregel dat





wat je bancair kunt doen, je ook bancair moet doen, maar alles wat additioneel nodig is, kan in de markt worden georganiseerd. Ik ben sinds eind 2018 als franchisenemer bij NLInvesteert verantwoordelijk voor de regio Zuid-Gelderland (het regiogebied strekt zich uit van het Rijk van Nijmegen tot de Betuwe en Bommelerwaard). Samen met financieringsspecialisten Arne van Ophem en Margo Huijers, hebben we een zeer ervaren team in de regionale

financieringsmarkt. Door de regionale aanpak kunnen wij samenwerken met regionale investeringsclubs, accountants, makelaars, adviesbureaus, ontwikkelingsmaatschappijen, kredietunies en private equity. Wij kennen die wereld en die wereld kent ons, dat maakt contacten leggen veel eenvoudiger." Financiering kan dus ook worden geregeld via crowdfundingtrajecten. NLInvesteert is daarom ook een geschikt platform voor investeerders die dichtbij regionale

ondernemers een goed gespreide portefeuille op willen bouwen. NLInvesteert staat onder toezicht van de AFM en DNB. Dat geeft zowel ondernemers als investeerders belangrijke zekerheden. De nieuwe AFM-vergunning voor crowdfunders is een belangrijke ontwikkeling, waarmee NLInvesteert zich gaat onderscheiden in de markt. Dit is voor ons van groot belang, omdat ons investeerdersplatform een essentieel onderdeel is van de financieringsoplossingen



(samen met banken en non-bancaire financieringspartners) die we voor ondernemers organiseren. Dat maakt NLInvesteert klaar voor de toekomst.”

‘NLInvesteert is ook aangesloten als Erkent Financier bij Stichting MKB Financiering en in onze regio werken wij alleen met adviseurs die geaccrediteerd zijn als Erkend Financierings adviseur MKB. Daarmee kunnen wij ons onderscheiden in de markt’

VERANDERINGEN

Er gaat de komende jaren veel veranderen in de financiële wereld. Dat geldt bijvoorbeeld voor de rol van banken. Zij trekken zich voor de MKB-markt steeds verder terug uit hun financieringsrol, de voorwaarden voor financiering tot €1 mln worden steeds stringenter. “Er zijn bij een financieringsaanvraag twee mogelijkheden. 1) Je voldoet aan alle criteria, je hebt in alle hokjes de juiste vinkjes ingevuld, dan is een financiering relatief snel te regelen. 2) Er ontbreekt één vinkje in één hokje, dan gaat het verhaal niet door; in elk geval niet voor het gehele financieringsbedrag. Maatwerk bestaat bij banken voor die doelgroep bijna niet meer. Dat is voor veel ondernemers meteen een probleem, want wat dan? Je ziet op dit moment allerlei (digitale) FinTech bedrijven opduiken, maar hoe betrouwbaar zijn ze en zijn het blijvertjes? Ook tradefinance & (reversed) factoring oplossingen worden door digitalisering meer en meer toepasbaar en nemen een belangrijk marktaandeel van de algemene banken voor het MKB over. Vooral reversed factoring brengt ook risico's met zich mee, waarbij een debiteur zelf de financiering verstrekt. Daardoor creëert zo'n debiteur macht in de keten en

dat is wat mij betreft soms onwenselijk, want dat maakt bedrijven afhankelijk. Het is veel verstandiger om andere financiële wegen te zoeken, en die zijn er.”

WINNAAR

Zeker door de opkomst van data analytics en de toegang tot bankdata via PSD2 gaat het nu snel. “Daarbij is het wel van belang om de juiste keuzes te maken, want je hebt ook nog te maken met zaken als leveringszekerheid en -betrouwbaarheid. Een eigen financieel adviseur die niet alleen een bedrijf van haver tot gort kent, die weet wat een ondernemer wil, maar die ook beschikt over kennis op topniveau en die de juiste contacten heeft. Hij beperkt niet alleen de risico's, maar hij staat de ondernemer ook bij in het vervolgtraject. Dat doen we om de kans van slagen van de onderneming en het bijbehorende financieringsdoel te vergroten. Wij zijn daarbij altijd op zoek naar lange-termijnrelaties, naar een rol als vaste sparringpartner en vertrouwenspersoon die alle in's en outs van een onderneming kent.” Volgens Kjeld van Dijk zal NLInvesteert een van de winnaars zijn. “Wij hebben als

‘Wij hebben als platform toegang tot de gehele financieringsketen, dat geeft ondernemers zekerheid en investeerders vertrouwen’

platform toegang tot de gehele financieringsketen, van banken tot en met eigen funding, via eigen fondsen van grotere beleggers. Dat geeft ondernemers zekerheid en investeerders vertrouwen. Die factoren zullen bepalend zijn voor de toekomst van financieringsstromen.” Tevreden? “Heel tevreden. Het was een juiste keuze om in 2015 met ons eigen financieel advieskantoor te starten. En de aansluiting bij het franchiseplatform van NLInvesteert eind 2018 was daarna ook een goede keuze. Wij kunnen MKB-ondernemers op een hoog niveau blijven bedienen. Ik kan nu weer doen wat ik voorheen als senior advisor deed. Vanuit

kennis en ervaring voor klanten de beste oplossing op hun vragen vinden, daar is het uiteindelijk om begonnen.”

INTERCHEM

Uiteindelijk bepalen klanten hoe succesvol een dienstverlener is. Neem Rens Zwanenburg, samen met René van Bindsbergen en Erik Wegh directielid en aandeelhouder van InterCheM. “Wij zijn een internationaal inzamelings-, verwerking- en recyclingbedrijf van overwegend gevaarlijke afvalstoffen. Daarnaast maken we oplosmiddelen, lakken en coatings voor de professionele industrie. InterCheM richt zich op het recyclen van bruikbaar materiaal. Samen met het bedrijf Inter-GreeN leveren wij een breed assortiment aan duurzame producten en paints die worden gemaakt van teruggewonnen grondstoffen uit afval. Zo dragen InterCheM en Inter-GreeN hun steentje bij aan een circulaire economie. Vanaf 2018 werken wij samen met Kjeld van Dijk. Hij begeleidt ons bij financieel-strategische vraagstukken. We hebben samen in een uitdagende markt een nieuwe financiële bedrijfsstrategie ontwikkeld en uitgerold. Hiermee zijn investeringen gemoeid die vragen om de expertise van een financieel specialist, die de markt begrijpt en de doelstellingen kan vertalen naar een juiste financieringsoplossing. Daarbij heeft Kjeld van Dijk zich voor ons bewezen als all-round kennis- en gesprekspartner. Naast het creëren van een nieuwe asset based financieringsoplossing voor het werkkapitaal is ook meegedacht over de nieuwe organisatiestructuur inclusief aandeelhouderschap.”

Evenement “Groeï Geluk”

Op dinsdag 27 september organiseert NLInvesteert van 15.30 tot 19.00 uur in samenwerking met Centraal Beheer, CFO Capable, NLGroeit en Novio Tech Campus in Nijmegen het event Groeï Geluk. Bij dit interactieve event staan we stil bij duurzame groei in een snel veranderende wereld. Geïnteresseerd? Houdt de site nlinvesteert.nl/regio/zuid-gelderland in de gaten of bel/whatsapp Kjeld van Dijk 06 2079 3752. Heeft u vragen of wilt u inschrijven voor dit evenement dan kunt u een mail sturen aan: kvandijk@nlinvesteert.nl.



Geopolitieke en klimatologische omstandigheden
bepalen onze productiecapaciteit

'Is reshoring de oplossing voor productieverstoringen?'

Het zijn bijzondere tijden. De handelsoorlog tussen de VS en China, grote bosbranden in Australië, de wereldwijde droogte, de coronapandemie en de oorlog in Oekraïne leveren een breed scala aan problemen op. Vroeger, zeg drie jaar geleden, was alles te koop en op voorraad. Dat verhaal schudt nu op zijn grondvesten. Tekorten aan bijvoorbeeld elektronica of zelfs een simpel schroefje, schaarste aan zeldzame grondstoffen en een totaal verstoord logistiek systeem zorgen voor leverings- en productieproblemen. Het gevolg: lege schappen, productiestops en hongersnood. Hoe los je dat op? Is dit het einde van Just in Time en de start van reshoring?

Vroeger bouwden we fabrieken met grote magazijnen. Daar lagen grote voorraden onderdelen waardoor men in staat was te zorgen voor een constante stroom nieuwe producten. Dat veranderde. We kwamen tot de conclusie dat de loonkosten in Europa veel hoger lagen dan bijvoorbeeld in Aziatische landen, dus

verschoven we de productie van veel onderdelen naar die landen. Bovendien ontdekten we dat door een uitgekiend logistiek systeem in het leven te roepen voorraden overbodig werden. Elk onderdeel werd geleverd op het moment dat het nodig was. De productie werd verplaatst naar met name lagelonenlanden, dat noemen we outsourcing of

offshoring. De Japanse ingenieur Taiichi Ohno, die binnen Toyota verantwoordelijk was voor het logistieke proces, gaf de aanzet. Hij was eigenlijk de bedenker van de Lean-methode en het Just-In-Time principe (JIT): elk onderdeel is voorhanden op het moment dat het nodig is. De Europese fabrikanten namen zijn lessen gretig over. Niet alleen onderdelen, de fabricage van velerlei complete producten verdween ook naar die landen. Gevolg: veel arbeidsplaatsen (en kennis) gingen verloren en magazijnen werden vrijwel overbodig. Een direct gevolg is dat we in Europa in vergelijking met 25 jaar gele-

'Door JIT gingen veel arbeidsplaatsen (en kennis) gingen verloren en magazijnen werden vrijwel overbodig'

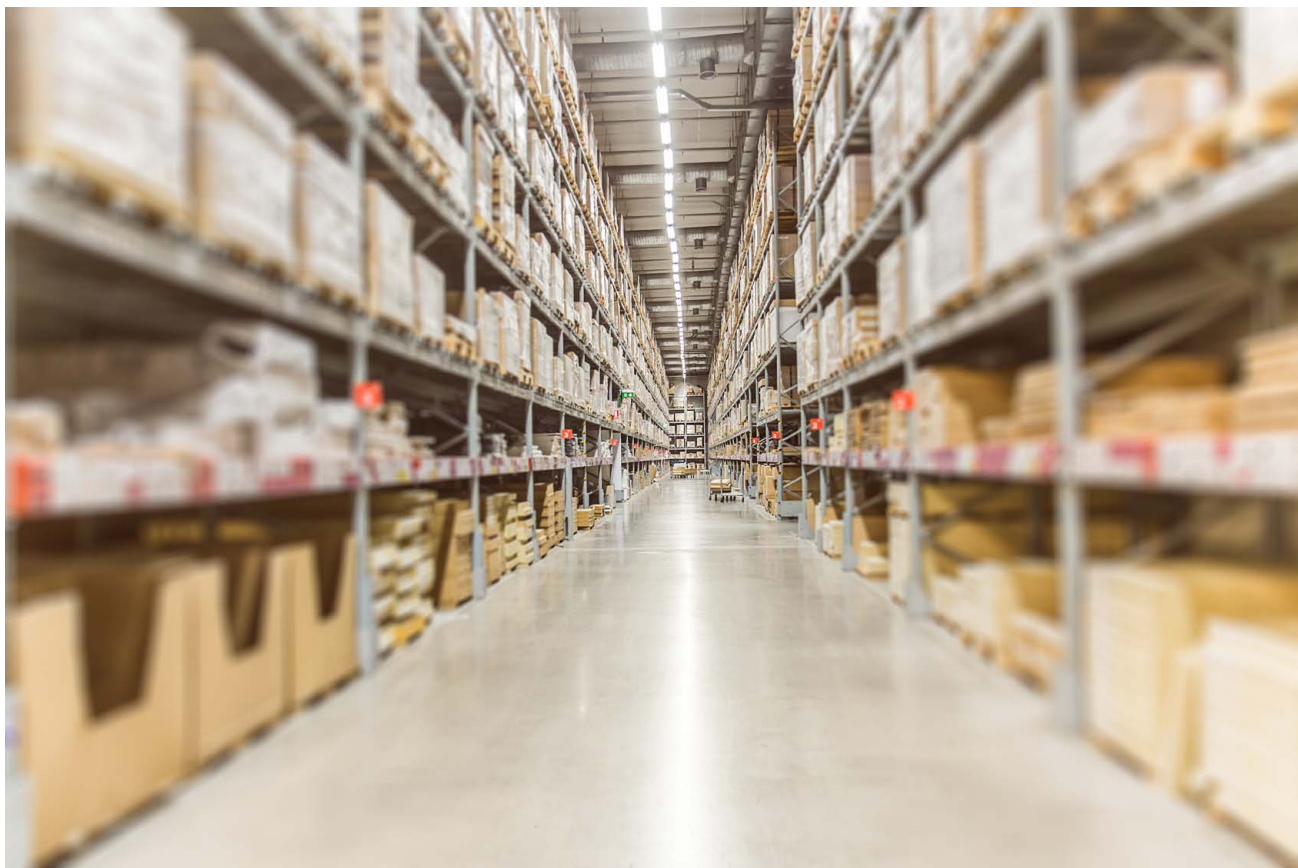
den bijna niks meer zelf maken. De geopolitieke ontwikkelingen van de laatste jaren leren ons dat dit systeem extreem kwetsbaar is. Er hoeft maar een containerschip in het Suezkanaal te stranden en de gevolgen zijn desastreus.

JUST IN TIME

De verstoringen in de supply chain zijn niet iets van gisteren, ze waren er al veel langer. Medicijnen komen tegenwoordig uit India en China, Taiwan is de grootste producent van chips ter wereld en ook medische hulpmiddelen komen uit Azië. Er hoeft daar maar iets mis te lopen en de keten hapert. Daar kwamen we tijdens de corona-uitbraak achter. Er was in heel Europa geen producent van mondkapjes te vinden. Omdat ook China met corona had te maken en de overheidsmaatregelen daar veel stringenter waren dan hier (alle fabrieken werden gesloten) ontstond er een enorme schaarste. Bepaalde medicijnen zijn soms niet leverbaar, een tekort aan bepaalde

chips zorgt voor productiestops in de auto-industrie. Maar er kleven ook andere, met name ecologische nadelen aan. Vervoer is vervuilend. Bedenk dan wat er gebeurt als een machine in Nederland wordt geproduceerd van onderdelen afkomstig uit Japan. Wij zetten die onderdelen in elkaar en het kant-en-klare product wordt vervolgens naar Azië verscheept om daar op een speciale manier te worden verpakt. Dat komt dan terug naar Nederland om uiteindelijk te worden verstuurd naar een koper. Dat is geen fabeltje, maar dagelijkse realiteit, die machine is al twee keer de wereld rond geweest voordat hij in gebruik wordt genomen. Er schuilt nog een nadeel aan uitbesteden van productie en dat is de schaarste aan zeldzame metalen. Als je geen rechtstreekse toegang hebt tot die grondstoffen en tot de eindproducten die ervan worden gemaakt ben je kwetsbaar voor chantage. Dat was heel duidelijk het geval tijdens een conflict tussen Japan en China.





HET MOET ANDERS

Offshoring was een succesformule, JIT hield de opslagkosten laag, bestellingen werden precies geleverd op het moment dat ze nodig waren in het productieproces. Volstrekt logisch, totdat corona zijn intrede deed. De leveringen haperden of bleven helemaal achterwege, de productie viel stil. Onderzoek wijst uit dat daardoor meer dan 85% van de productiebedrijven te maken had en heeft met kortere of langere stops. En de vooruitzichten zijn niet gunstig, de oorlog in Oekraïne sleept zich voort, klimaatmaatregelen verdwijnen langzaam naar de

'Reshoring gaat ook over meer werkgelegenheid in Europa, minder vervuילend vervoer en minder afhankelijkheid van bijvoorbeeld het machtige China'

achtergrond en handelsoorlogen breiden zich alleen maar uit. Wat te doen? Veel bedrijven zoeken hun heil in het openen of verplaatsen van lokale toeleveringshubs, zodat ze een voorraad opbouwen van strategische onderdelen. Die bevinden zich dan in elk geval dicht bij huis, zodat de logistiek een kleiner probleem vormt en goedkoper wordt. Bedenk dat de huur van een container de afgelopen jaren is vertienvoudigd.

RESHORING

De ideale oplossing is eigenlijk terug naar het oude systeem, de productie van cruciale onderdelen zelf weer ter hand nemen. Reshoring dus, de maakindustrie in Europa de plaats teruggeven die ze voorheen had. Het gaat dan ook over meer werkgelegenheid in Europa, over minder vervuילend vervoer en minder afhankelijkheid van bijvoorbeeld het machtige China. Dat vergt forse investeringen, maar het maakt je minder kwetsbaar. Bovendien is het maar de vraag wat duurder is: het opzetten van

eigen productielijnen voor onderdelen of volledige productiestops? Groot probleem is dat veel van de nodige kennis in de loop der jaren is verdwenen. Het wiel moet in veel gevallen dus opnieuw worden uitgevonden. Dat kan nooit een lokale beslissing zijn, maar een breed gedragen idee. Het zal niet alleen veel inspanningen kosten van het bedrijfsleven en de vervoersketen, maar ook van overheden en zelfs van consumenten. Zij zullen, zeker in de transitiefase, moeten wennen aan het idee dat niet alles op elk moment verkrijgbaar is. C&A neemt al kleine stappen. Het maakt spijkerbroeken tegenwoordig in Duitsland, kleine

‘De eerste stappen op weg naar een herboren keurmerk ‘Made in Holland’ lijken nu te worden gezet’

partijen en van duurzaam materiaal. De kostprijs zal iets hoger liggen, maar volgens de directie met een adviesprijs van rond de €60,- nog steeds binnen het bereik van Europese consumenten.

MADE IN HOLLAND

Het Nederlandse bedrijf Capi Europe maakt bloempotten en tuinornamenten van kunststof en beton. In 2000 werd de productie verplaatst van Udenhout naar Azië. Dat had twee voordelen, een veel minder stringente wet- en regelgeving en lagere loonkosten. In 2004 verhuisde het bedrijf van Vietnam naar China. In 2017 besloot de directie echter een groot deel van de productie terug te halen naar Nederland. De geleverde kwaliteit liet regelmatig te wensen over, de loonkosten stegen jaarlijks met zo’n 15% en de grote culturele verschillen leken een steeds groter bezwaar te vormen. Daardoor werden de aanvankelijke voordelen steeds kleiner. Men besloot de productie terug te halen naar Nederland en vol in te zetten op robotisering. Dat

zorgt in het geval van Capi voor een lager energieverbruik, minder materiaalverbruik en een sneller productieproces. Op dit moment produceert de fabriek met 50 mensen in Nederland evenveel en beter dan met 500 Chinezen. Het kan dus wel, het is echter een ingewikkeld proces dat veel investeringen vergt. Elk bedrijf zal een afweging moeten maken tussen het verminderen van risico’s in de productieketen tegen aanvankelijk hogere kosten. In een SER-rapport van januari 2021 wordt de verwachting uitgesproken dat reshoring schoorvoetend en op kleinere schaal zal plaatsvinden. Bedrijven zullen eerst proberen grotere voorraden van essentiële onderdelen aan te leggen en door een keuze te maken voor een mix van verschillende leveranciers hun risico’s op productiestops te verkleinen. Dat de geopolitieke situatie grote veranderingen in gang heeft gezet is duidelijk. De eerste stappen op weg naar een herboren keurmerk ‘Made in Holland’ lijken nu te worden gezet.





Jasper Bergamin nieuwe eigenaar van Het Wapen van Bommel

'Ik voel me als een vis in het water'

Mensen die hun veertigjarig dienstjubileum vieren zijn zeldzaam, want verandering is het toverwoord. Om de vijf jaar een nieuwe werkgever, weliswaar in dezelfde of een vergelijkbare bedrijfstak, een andere omgeving en nieuwe collega's. Dat verbreedt je horizon, geeft energie en houd je fris. Jasper Bergamin (47 jaar) pakte die veranderingsgedachte heel serieus aan. Hij koos ook voor een andere werkomgeving, want hij maakte de overstap van regiodirecteur COOP Supermarkten (22 jaar ervaring) naar exploitant van Het Wapen van Bommel (nul ervaring in de horeca). Van werknemer naar eigen ondernemer, tijdens corona, ga er maar aan staan. Een verslag.

“Ja, hoe kom je erbij? Dat is best een moeilijke vraag”, vertelt Jasper Bergamin. “Het had er mee te maken dat ik het na 22 jaar COOP Supermarkten wel een beetje gezien had. Elk jaar wat meer salaris en een iets grotere auto, maar eigenlijk weinig invloed op de feitelijke gang van zaken. Ik had het goed voor elkaar, ik had ook niet het gevoel dat ik op stel en sprong weg moest, maar toen ik zag dat Het Wapen van Bommel te koop stond, omdat de eigenaar stopte, ging er toch iets broeien. Wat nou

als? Dat lijkt me leuk! We gingen met een clubje van vijf man serieus nadenken over de mogelijkheden. Ik bleef als enige over, misschien ook maar beter, want dat zouden wel erg veel kapiteins op een schip zijn geworden. Getwijfeld? Ik geloof heilig in de aan Pipi Langkous toegeschreven woorden: ‘Ik heb dit nog nooit gedaan, dus ik denk dat ik het wel kan.’”

HET WAPEN VAN BOMMEL

Het Wapen van Bommel is een iconische zaak in de

Dorpsstraat in Bommel. Er werd van oudsher gerouwd en getrouwd, het was de huiskamer van Bommel, het centrale punt tijdens feestdagen en met kermissen. Dat mocht toch niet verdwijnen! “Dat was precies wat ik dacht. Ik ging met de eigenaar in gesprek. Er diende zich een koper aan voor het vastgoed en ik kon het café huren. De grote zaal wordt op termijn gesloopt voor de bouw van appartementen. Ik kocht de inventaris en startte een ingrijpende verbouwing van het interieur. In het interieur is Bommel goed verbeeld. “We hebben alles gestript en opnieuw geschilderd, er kwam een nieuw lichtplan en we hebben mooie koperen biertanks in de zaak gezet. Alles ademt Bommel, historische foto’s aan de muur waar altijd wel een verhaal bij is te vertellen, een muur die vol hangt met Bommelse uitdrukkingen en woorden, kortom Bommel komt in letterlijk alles terug. De serre heb ik volgehangen met planten, om een beetje het idee van een kas te creëren, het moge duidelijk zijn dat ik een trotse inwoner van

het prachtige Bommel ben. Daarom ben ik zo blij dat ik dit project – want zo zie ik het – van de grond heb gekregen.”

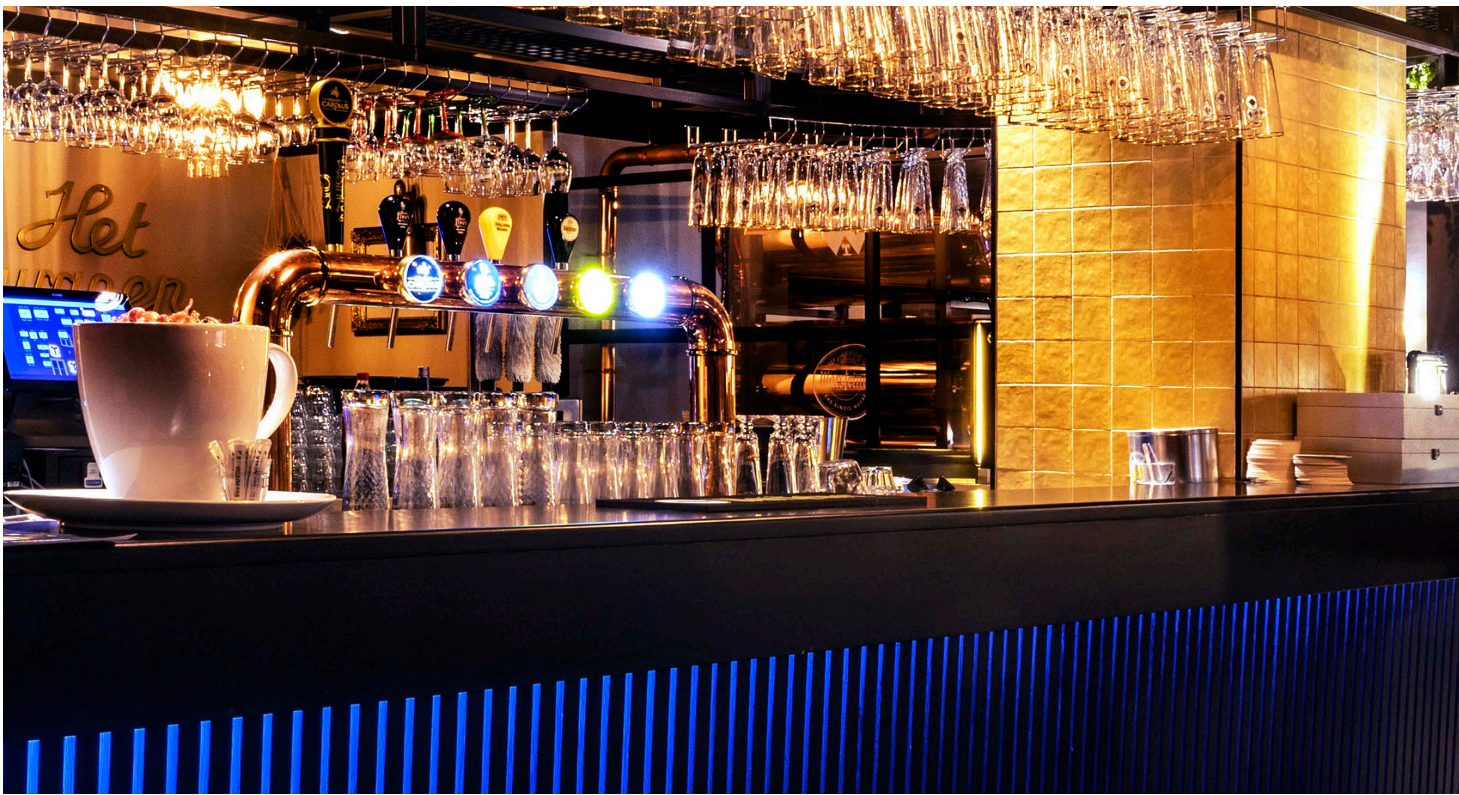
‘Het Wapen van Bommel is een iconische zaak, er wordt van oudsher gerouwd en getrouwd, het is de huiskamer van Bommel en het centrale punt tijdens feestdagen en met kermissen’

TWIJFEL

Jasper ging zelfverzekerd van start, dit ging goedkomen. “Begin september 2021

wist ik ook dat het goed ging komen. De twijfel kwam pas na de eerste lockdown, toen stelde ik mezelf wel even de vraag waar ik in godsnaam aan begonnen was. We hebben gewoon doorgewerkt en we konden uiteindelijk op 6 december open, dat werd een groot feest. Helaas volgde op 18 december een tweede lockdown die vijf weken zou gaan duren. Omdat ik net was gestart kwam ik niet in aanmerking voor overheidssteun, ik betaalde mijn medewerkers uit eigen zak door en daarmee verdampte mijn laatste centen. We hebben de moed er in gehouden en we konden in januari weer open. Vanaf dag één loopt het meer dan prima. Ik kom uit de retail, waar we gewend zijn alle planningen tot vier cijfers achter de komma te berekenen. Ik heb op één week na alle omzetplanningen gehaald.” Jasper is zeven dagen per week open voor ontbijt, lunch en diner. Daarnaast heeft hij alle faciliteiten om een mooi feest, receptie of trouwerij te herbergen. “Vrijdag een koffietafel, zaterdag een feest, wij hebben er de ruimtes



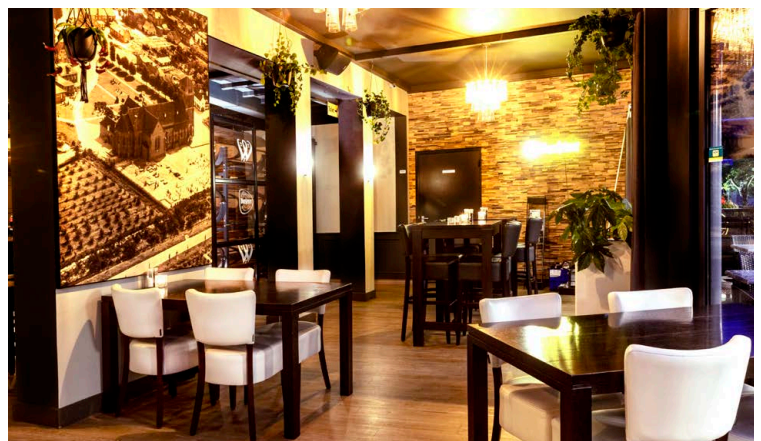


voor. Ik wilde van Het Wapen weer de huiskamer van Bommel maken. Gezelligheid, goede kwaliteit en een normale bierprijs.”

NEDFLEX NIJMEGEN

Het succes van een zaak als Het Wapen van Bommel staat of valt met de kwaliteit van de medewerkers, daar is Jasper Bergamin zich heel goed van bewust. Om mensen voor zo'n grote zaak aan te trekken, in een tijd waarin vooral ook de horeca door schaarste aan personeel wordt getroffen, leek een ondoenlijke opgave. "Gelukkig is mijn broer Roald, eigenaar van Nedflex Nijmegen, gepokt en gemazeld in de wereld van (tijdelijk) personeel." Roald Bergamin ging voortvarend aan de slag. "Het ging om een compleet horecateam, vier koks, twee hulpkoks, bediening, op dit moment bestaat het team uit dertig medewerkers. We hebben echt alles uit de kast gehaald, overal vacatures gepost, betaald en niet-betaald, met sfeerbeelden uit Het Wapen en van bierbrouwer Warsteiner. Gewoon een

prachtig en overigens waarheidsgetrouw beeld geschapen. Leuk werk in een fijne locatie, waar je ook echt onderdeel wordt van een team, waar je mening belangrijk is, waar rekening wordt gehouden met je wensen en je uitzicht hebt op een vast dienstverband. De horeca heeft geen al te beste reputatie en dat is soms terecht, maar niet hier. Hier wordt je werk gewaardeerd. Die boodschap kwam blijkbaar luid en duidelijk over, want het is ons gelukt het team bijtijds compleet te krijgen. Als mensen zijn aangenomen blijven we ze volgen. Ik zit bijvoorbeeld bij alle evaluatiegesprekken, gewoon om voeling te houden met wat er leeft en natuurlijk om problemen voor te zijn. Hier hoeft je niet elke avond, elk weekend of elke feestdag te werken." Jasper gelooft heilig in de teamgedachte, iedereen is belangrijk, iedereen heeft een taak. "We betrekken iedereen bij wat we doen. Als vrijdags om 17.00 uur het café begint vol te stromen hebben we samen de taken al verdeeld. Wie doet de tap, wie staat in de bediening? Dat bepalen ze





zelf. Soms wordt het hier echt feest en staan de mensen op de tafel. Dat was in het begin wel even wennen, ook voor medewerkers, maar zolang het gezellig blijft zijn ook wij blij. En het blijft altijd gezellig.”

WARSTEINER

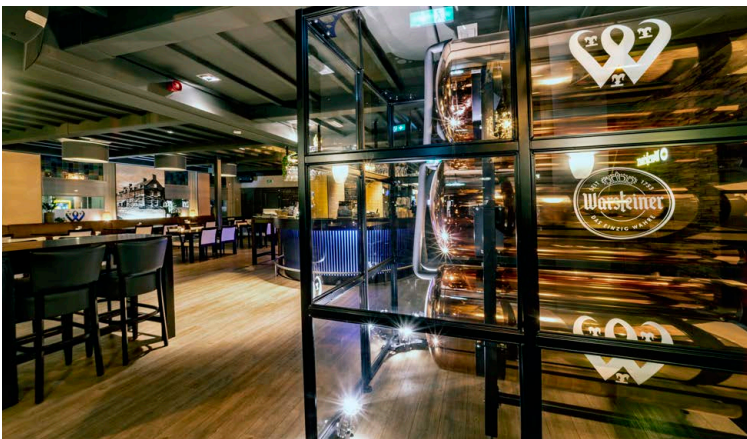
Bij een nieuwe horecazaak hoort natuurlijk een biermerk. “Ik ben bij verschillende brouwers op bezoek geweest en soms leek het wel alsof je op audiëntie mocht komen. Een goede vriend van me werkt bij Warsteiner Benelux met kantoor in Nijmegen. Ook daar ging ik langs, daar kreeg ik niet alleen alle tijd en aandacht, ze hadden ook een prachtige presentatie voorbereid. Vanaf dag één hebben ze het project serieus opgepakt. Het was hun bedoeling om Het Wapen in te richten als hun flagshipstore en dat is

‘Jasper Bergamin gelooft heilig in de teamgedachte, iedereen is belangrijk, iedereen heeft een taak’

gelukt. Ze hebben echt alles uit de kast gehaald, tot en met lampen bestaande uit Warsteiner bierglazen, de bekende fraaie tulpglazen. Als de Duitse directie in Nijmegen op bezoek is komen ze ook altijd in Bommel langs en dan geef ik een rondleiding in het Duits. Dat wordt zeer gewaardeerd. Hun bier is natuurlijk heerlijk, echt een mooi traditioneel Duits merk, met ook mooie speciaalbieren. De samenwerking verloopt uitstekend, open en eerlijk naar elkaar en twee partijen die allebei de intentie hebben om er een groot succes van te maken. Ik ben er uitermate tevreden mee.”

CONCLUSIE

Hoe is de verandering bevallen? “Het was een mega-stap en een mega-ervaring. Voorwaarde voor succes is dat je de snelcursus ondernemerschap in de horeca snel oppikt en dat is me gelukt. Ik had ook nog de pech dat mijn bedrijfsleider, voor mij een onmisbare schakel in mijn bedrijf, bij een ongeluk beide armen brak. Toen heb ik zeven weken alleen als leidinggevende gelopen, van ‘s morgens vroeg tot ‘s avonds laat. Ik kan je vertellen dat ik sinds 26 januari zeven kilo ben afgevallen. Dat is geen probleem, ik mocht wel wat kilo'tjes kwijt raken, maar het geeft denk ik duidelijk aan hoe intensief de voorbije periode is geweest. Ik vind eigenlijk alle onderdelen van het vak leuk, met de keuken sparren over nieuwe gerechten op de kaart, met jonge medewerkers een mooi bedieningsteam opbouwen, de dagelijkse klantencontacten, ik krijg er gewoon veel energie van. Het kan natuurlijk altijd beter, maar daar werken we samen elke dag aan. De overstap was voor mij best wennen, maar ik voel me hier eigenlijk als een vis in het water.”





Over multimodale vraaggestuurde mobiliteitsdiensten

'Ga toch fietsen'

Voor corona leken steeds meer Nederlanders naar hun werk te fietsen. De fiets was hot, leasen van een e-bike een echte oplossing. Maar zie, na corona (in elk geval na de laatste lockdown) is de fiets toch plotseling minder populair. De dagelijkse fileberichten lijken die trend te bevestigen. Afstand is een probleem, net als flexibiliteit. Mobility as a Service (MaaS) lijkt de oplossing, maar zover is het nog lang niet.

Uit het onderzoek naar gedrag in woon-werkverkeer blijkt dat meer dan de helft van de Nederlanders het liefst de fiets zou gebruiken, ongeveer een derde houdt vast aan de auto en de rest kiest voor het OV. Bij de keuze voor de fiets speelt afstand een grote rol, net als flexibiliteit, want als je voor je werk elke dag meerdere keren moet verplaatsen is de fiets plotseling niet meer zo ideaal. Wat als je een mobiliteitsaanbod wordt aangeboden, waarbij je belangrijkste vervoersbehoeften worden vervuld via één interface en aangeboden door één

provider? Dan praat je over Mobility as a Service (MaaS). Dat levert naast flexibiliteit ook gemak op en het is als het goed is goedkoper dan de eigen auto.

VERVOERSBEHOEFTE

In feite is half Nederland al bezig (of overweegt) zijn vervoersbehoeften te herzien en de vervoersmarkt reageert. Private lease, zakelijke fietslease, (deel) auto's en (deel)fietsen worden zo langzaam maar zeker gemeengoed. Veel steden investeren fors in het verbeteren van hun (fiets)infrastructuur, maar vaak

zijn het deeloplossingen van een complex probleem. De gemiddelde Nederlander wil de fiets best gebruiken voor woon-werkverkeer, maar dan mag de af te leggen afstand niet te groot zijn, moet dat veilig en snel kunnen en moeten de voordelen opwegen tegen de nadelen (geen filedruk, snelheid en comfort, beter voor de gezondheid en het milieu). Vaak is de oplossing een combinatie van vervoersmiddelen. Een forens kan ook kiezen voor een (deel)fiets naar het station en de rest van de weg afleggen met het OV. Wanneer er aansluitend ook voldoende mogelijkheden zijn om de werkplek snel te bereiken wordt het een optie om de auto te laten staan. Dan praat je dus over een abonnement voor een fiets (of een leasefiets), een OV-kaart, kortingen voor taxi's en eventueel het gebruik van een deelauto voor de momenten dat die echt nodig is. De forens moet er op kunnen rekenen dat de vervoersmiddelen beschikbaar zijn op de momenten dat hij ze nodig heeft. Dat moet dan in de ideale situatie allemaal in één abonnementsvorm

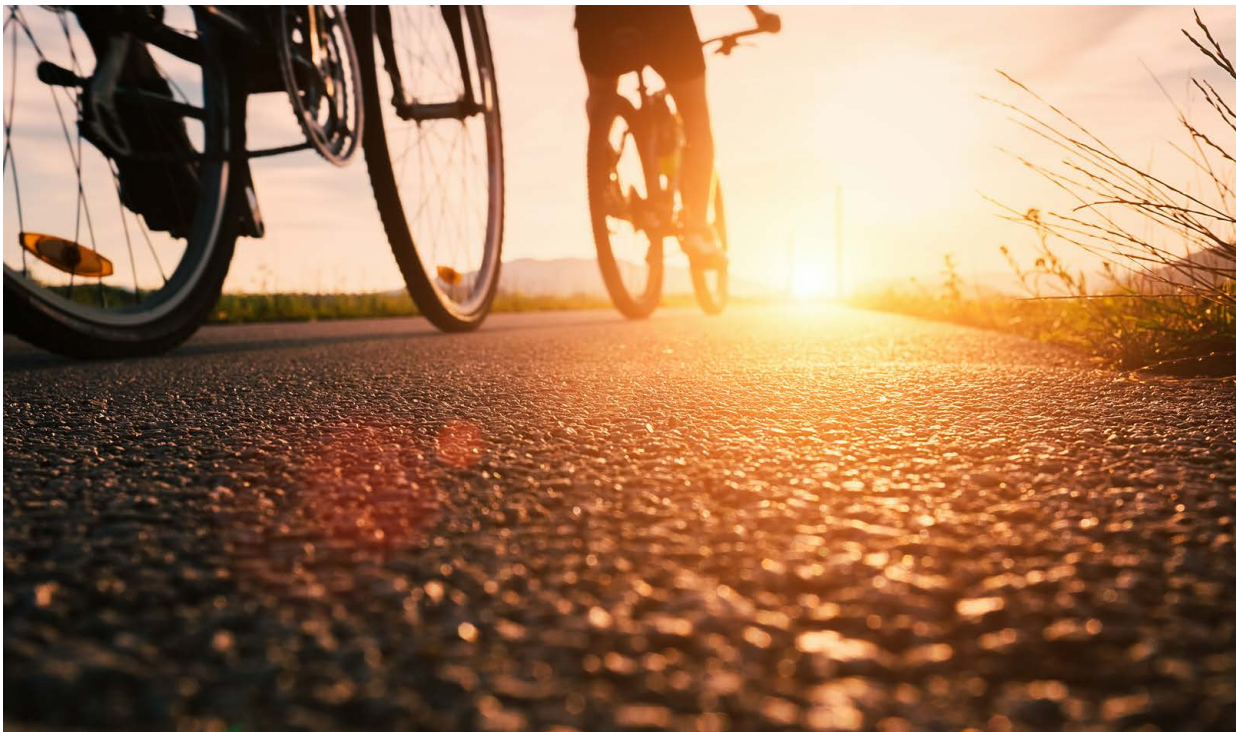
liefst door één bedrijf worden aangeboden. Probleem is bovendien dat reizigers veel individuele wensen hebben.

'MaaS introduceert delen van mobiliteit via deelfietsen en deelauto's of innovatieve vormen van vraagafhankelijk vervoer in een collectieve of individuele vorm'

DE HEILIGE KOE

MaaS introduceert vaak nieuwe vormen van vervoer, zoals delen van mobiliteit via deelfietsen en deelauto's of innovatieve vormen van vraagafhankelijk vervoer in een collectieve of individuele vorm.

Bij collectieve vraagafhankelijke vervoersdiensten gaat het om vervoer – vaak met busjes – van deur tot deur of van halte tot halte. Het lijken OV-diensten die niet volgens een vaste dienstregeling en een vaste route rijden, zoals Brengflex en Opstapper. De individuele vraagafhankelijke vervoersdiensten vertonen sterke gelijkenissen met de traditionele taxi. Vraag en aanbod worden via een smartphone bij elkaar gebracht. Hoe zit het dan met onze heilige koe, de eigen auto? Kan MaaS die sterke positie van het privébezit en -gebruik van de auto doorbreken? Literatuuronderzoek laat zien dat MaaS daartoe in staat lijkt; in Wenen ging 20% van de deelnemers aan een MaaS-pilot hun privéauto minder vaak gebruiken, in Zweden was dat zelfs 44%. Bovendien realiseerden deelnemers zich voor de eerste keer dat er serieuze opties waren voor autogebruik, de beeldvorming werd dus positief beïnvloed. Of deze percentages ook reëel zijn valt te betwijfelen, want ze zijn afkomstig van deelnemers die blijkbaar al geïnteresseerd waren in





nieuwe vervoersconcepten. Ook over het bezit en het gebruik van een eigen auto versus het gebruik van een gedeelde auto is iets te zeggen. Tweederde van de niet-autobezitters in Londen vindt bijvoorbeeld het bezit niet nodig. Bij de bezitters van een auto ligt dat heel anders: de helft geeft aan zeer gehecht te zijn aan de eigen auto en niet bereid te zijn na te denken over een deelauto.

RANDVOORWAARDEN

Openbaar vervoer is, zeker in grootstedelijke gebieden, de ruggengraat van MaaS. Bewoners van steden als Londen, Sydney en Wenen hebben de voorkeur voor mobiliteitsbundels met onbeperkt gebruik van openbaar vervoer. Een derde geeft aan minder met de auto te zullen reizen als MaaS als combinatie van OV, deelfietsen, deelauto's en taxiriten tegen een redelijke maandprijs beschikbaar komt. Dat heeft dan weer als nadeel dat de druk op het OV enorm zal toenemen. Bovendien bestaat de kans dat OV-gebruikers met

toegang tot deelauto's vaker van die auto gebruik zullen gaan maken, met alle negatieve gevolgen van dien, toegenomen verkeersdruk en milieuverontreiniging. De belangrijkste randvoorwaarden voor het succes van

'Jongvolwassenen in grote steden zullen de 'early adopters' zijn, maar onder voorwaarden'

MaaS blijken volgens het KIM-onderzoek autonomie, flexibiliteit en betrouwbaarheid. Flexibiliteit heeft betrekking op de mogelijkheid om reisgedrag aan

te passen op het moment dat het wordt gewenst, autonomie duidt op onafhankelijkheid van anderen bij het nemen van beslissingen over mobiliteit. Betrouwbaarheid heeft betrekking op de zekerheid dat een dienst op het gewenste moment beschikbaar is, maar vooral ook op last-minute beschikbaarheid. Potentiële deelnemers aan MaaS willen daar best extra voor betalen. Dat brengt ons op een wellicht doorslaggevende reden om MaaS te gebruiken: lagere kosten. Indien MaaS goedkoper is dan het bezit van een eigen auto of een OV-jaarabonnement stijgt de waardering. Datzelfde geldt voor gemak en comfort, die moeten tenminste concurrerend zijn met de eigen auto. Daarnaast is keuzevrijheid van groot belang. Niet alleen een keuze over het aanbod van verschillende vervoerswijzen, maar ook over het aanbod van uiteenlopende voertuigen. Ga je met een bus of een elektrische fiets, gebruik je een elektrische stadsauto of een gezinsauto? Alleen een vloot waarin verschillende voertuigen en vervoerswijzen worden

gecombineerd zal het belang van privéauto's doen afnemen. Ten slotte moet MaaS de mogelijkheid bieden om in te spelen op persoonspecifieke behoeften. In de ideale situatie wordt de klant in staat gesteld om zijn mobiliteitsbehoeften kenbaar te maken, zodat de aanbieder een product op maat kan leveren. Daarvoor heeft de aanbieder inzicht nodig in de huidige mobiliteitspatronen van de gebruikers, hun sociaal-economische status en hun

attitudes ten aanzien van mobiliteit.

WAT NU?

Jongvolwassenen in grote steden zullen de 'early adopters' zijn, maar onder voorwaarden. Wil MaaS op termijn uitgroeien tot een succes dan moet het autonomie en flexibiliteit bieden en betrouwbaar en overal beschikbaar zijn. Het moet toegevoegde waarde bieden in kosten, gemak, keuzevrijheid en maatwerk. Dan nog zal het huidige mobiliteitsgedrag van invloed zijn op het succes van MaaS. En ten slotte blijken persoonskenmerken zoals de samenstelling van een huishouden en de woonlocatie van grote invloed. Kortom, er wordt wereldwijd geëxperimenteerd met MaaS, maar de complexiteit van de klantvragen en hun voorwaarden voor de bereidheid om te kiezen voor andere mobiliteitsoplossingen maakt de weg naar succes lang en hobbelig. Tot het zover is en als je niet te ver van je werk woont, dan is het advies: ga toch fietsen!

'De complexiteit van de klantvragen en hun bereidheid om te kiezen voor andere mobiliteitsoplossingen maakt de weg naar succes lang en hobbelig'





Geert-Jan Berning, Gaico Willemsen en Rob van Straaten vormen een financieel warenhuis:

‘Wij zijn het persoonlijke alternatief in bankieren en verzekeren’

De digitale revolutie die zich nog steeds in een rap tempo voltrekt heeft vele voordelen, maar er kleven ook nadelen aan. Zoals de persoonlijke dienstverlening, die steeds verder naar de achtergrond verdwijnt. Dat geldt zeker in de zakelijke dienstverlening, waar veel contacten standaard digitaal worden afgehandeld. De klant komt daarmee steeds meer op afstand te staan. Toch is er – in sommige branches meer dan in andere - ook sprake van een tegenbeweging. Kantoren die met alle benodigde kennis en ervaring juist kiezen voor de persoonlijk aanpak, die hun klanten van haver tot gort kennen en die bij wijze van spreken 24/7 beschikbaar zijn om vragen te beantwoorden en problemen op te lossen. Geert-Jan Berning (Berning Financieel Advies & Private Banking), Gaico Willemsen (Willemsen Verzekeringen) en Rob van Straaten (Buitenlanddesk) geloven heilig in die werkwijze. Ze zitten sinds kort in hetzelfde pand aan de Daalseweg 236 in Nijmegen. Dat heeft zo zijn voordelen, niet alleen de uitstraling van het representatieve pand in een populaire wijk, maar ook de kruisbestuiving die vrijwel automatisch plaatsvindt. Een mooi verhaal over hoe het ook kan.

Zowel Geert-Jan, Gaico als Rob waren in eerste instantie onafhankelijk van elkaar op zoek naar een pand, maar het liep anders. Gaico: "Ik zag Daalseweg 236 voorbij komen. De eigenaar Titus Gelsing van Gelsing Makelaardij wilde dienstverleners in zijn pand, maar het was met drie verdiepingen te groot voor Willemsen Verzekeringen alleen. "Ik kende Geert-Jan en ik wist dat hij ook zoekende was naar een nieuwe kantoorlocatie, dus ik heb hem meteen gebeld. We konden snel een bezichtiging regelen en binnen een half uur was de zaak beklonken. Ik wist dat Rob ook geïnteresseerd was. Ik had hem een jaar eerder ontmoet en we hadden een klik. Hij zocht administratieve ondersteuning en mijn dochter Kyra was net gestopt met haar studie. De match was perfect, Kyra vind het leuk werk, Rob heeft zijn handen nu vrij. Hij werd de derde partij voor het pand. De puzzel was gelegd, alle stukjes vielen perfect op hun plaats. Het speelde allemaal in december vorig jaar, het was eigenlijk een kerstcadeautje." Geert-Jan: "Het kantoor is volledig gemeubileerd, we hebben eigenlijk alleen onze computers moeten verhuizen. We zitten hier rustig en toch midden in een populaire wijk op een A1-locatie. Het is van binnen en buiten perfect opgeknapt, ruimtelijk, licht, mooier kan eigenlijk niet." Maar wie zijn Gaico Willemsen, Geert-Jan Berning en Rob van Straaten?

WILLEMSEN VERZEKERINGEN

Gaico Willemsen en Geert-Jan Berning hadden dus al langer contact. "We deden al zaken met elkaar en onze bedrijfsfilosofie



sloot perfect op elkaar aan. Als ik de diensten van Gaico aan een klant adviseerde

Gaico Willemsen: 'Wij zijn actief in de volle breedte van het verzekeringsvak, voor particulieren, ZZP's, MKB, MKB+ en groot-zakelijk'

wist ik zeker dat het goed kwam." Gaico Willemsen stond met zijn bedrijf zelf ook op een tweesprong. Hij was uit het jasje gegroeid aan het pand op de Oude

Molenweg in Nijmegen. Gaico startte zijn ondernemerscarrière als mede-eigenaar van café De Muts in de Nijmeegse wijk Brakkenstein. "Samen met mijn zwager, die een eigen assurantiekantoor had. Als hij het druk had verleende ik assistentie en zo rolde ik in het verzekeringsvak. Ik verkocht het café en werd mede-eigenaar van het assurantiekantoor, daar zag ik toch meer toekomst in. Zes jaar geleden nam ik de zaak helemaal over en tegelijkertijd kon ik de klantenportefeuille van Henk Janssen overnemen. Daarmee waren we ineens een behoorlijke speler op de regionale markt. We vonden op de Oude Molenweg onze nieuwe behuizing. Wij zijn actief in de volle breedte van het verzekeringsvak, voor particulieren, ZZP's, MKB, MKB+ en groot-zakelijk. Wij ontzorgen klanten volledig, van de eenvoudige reisverzekering tot maatwerk voor zakelijke klanten en vermogende particulieren. Met compleet ontzorgen bedoel ik niet alleen het kennismakingstraject, de risico-inventarisatie, het verzekeringsplan, de offerteronde bij verzekeraars en de daadwerkelijke sluiting, maar ook de nazorg en het up to date houden van alle pakketten. Wij leveren veel meerwaarde, ook in bijvoorbeeld een schaderegeling. Dat doen we snel en adequaat, omdat verzekeraars ons de bevoegdheid hebben gegeven schades zelfstandig af te handelen. Door die persoonlijke benadering en de breedte van onze dienstverlening groeit onze klantenkring gestaag, vaak door mond-tot-mond reclame van klanten. Zij zijn onze ambassadeurs." Gaico vertelt dat het kantoor groot is geworden door klein

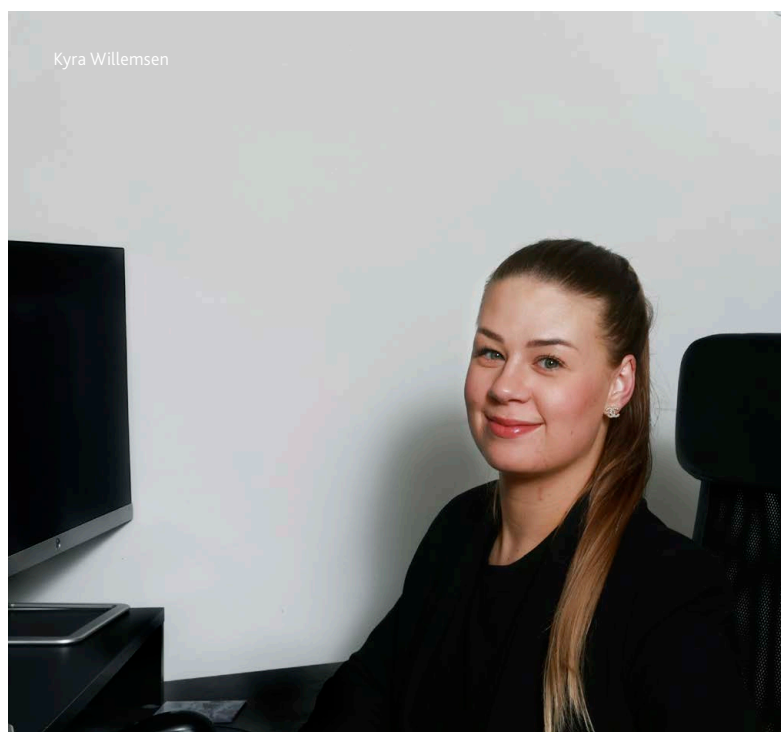




te blijven. “Wil je de persoonlijke benadering van klanten overeind houden, dan kan ongebreidelde groei geen optie zijn. Wij kennen onze klanten en dat willen we zo houden.”

BERNING FINANCIËEL ADVIES & PRIVATE BANKING

Geert-Jan Berning is na een lange en succesvolle carrière bij Rabobank, ING en SNS gepokt en gemazeld in de financiële wereld. Drie jaar geleden besloot hij de traditionele bankwereld te verlaten. “Die wens had ik al langer, we konden steeds minder maatwerk voor klanten leveren en na de zoveelste reorganisatie was ik er klaar mee. Nadat ik in eerste instantie ben begonnen met vier compagnons ben ik nu als Berning Financieel Advies volledig zelfstandig en eindelijk de ondernemer die ik eigenlijk altijd al was, nu heb ik alleen de volledige beslissingsbevoegdheid en kan ik terug naar wat ik noem ‘old school banking’, maar dan in een modern jasje. Persoonlijk, laagdrempelig, met volledige focus op mijn klanten. Uiteraard maak ik daarbij gebruik van mijn uitgebreide netwerk, ik heb nog steeds veel directe lijnen met banken, maar ook met andere instanties om klanten het beste advies te geven. Op maat, volledig passend bij hun situatie en vooral ook met het oog op de toekomst. Bij die stap naar de oprichting van Berning Financieel Advies & Private Banking hoorde ook de verhuizing van mijn kantoor vanuit huis in Millingen naar een centrale locatie in Nijmegen.”





BUITENLANDDESK

Rob van Straaten is eigenaar van Buitenlanddesk. Hij startte zijn carrière als projectcontroller in de bouw. Hij ontwierp bijvoorbeeld een nacalculatiesysteem om projecten na oplevering te waarderen. Rob had naast zijn baan een eigen kantoor in verzekeringen en hypotheeken. In 2012 nam hij Buitenlanddesk over. "Wij houden ons met Buitenlanddesk alleen bezig met de verzekering van huizen en inboedels in het buitenland. Ik zie een enorme markt van Nederlanders met een tweede huis in het buitenland, die problemen hebben met het vinden van een goede verzekering. Wij Nederlanders realiseren ons dat niet, maar

wij lopen in Nederland mijlenver voor op de verzekeringsmarkt in het buitenland. Als je in Nederland een postcode en een huisnummer ingeeft ken je de waarde van een huis. Dat is, bijvoorbeeld naast locatie, een belangrijk richtpunt bij het bepalen van de herbouwwaarde. In Duitsland is dat nog redelijk geregeld, ga je verder naar het zuiden of oosten dan zul je merken dat bijvoorbeeld je rechten veel minder gewaarborgd zijn. Niet alleen de consumentenbescherming is er veel slechter, ook de waardebepaling of looptijden zijn er soms rechtuit armoedig. Soms heeft een huis niet eens een adres. Dat is geen probleem tot je huis afbrandt, dan beginnen de problemen, want er zal vaak sprake zijn

Rob van Straaten: 'Er is een enorme markt van Nederlanders met een tweede huis in het buitenland, die problemen hebben met het vinden van een goede verzekering'

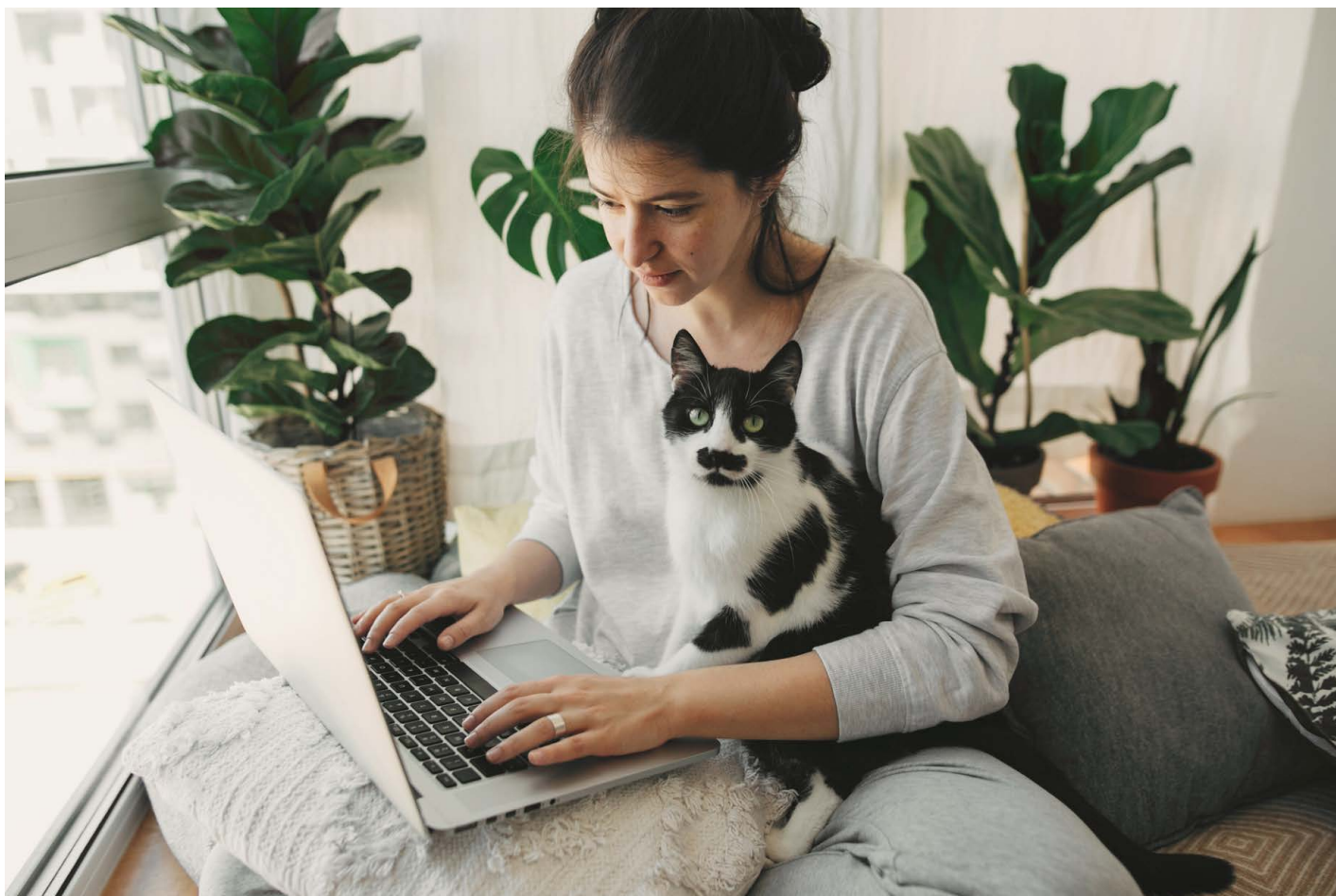
een intentieverklaring getekend, waarin wordt geregeld dat Gaico op termijn de Buitenlanddesk overneemt. "Rob heeft nog andere plannen, het past ons. Bovendien werkt mijn dochter Kyra er met veel plezier."

Geert-Jan Berning: 'Ik geloof in wat ik noem 'old school banking', maar dan in een modern jasje'

van onderverzekering. Wij bepalen met zelf ontwikkelde software aan de hand van een aantal factoren de herbouwwaarde van een huis. Dat heeft te maken met het soort huis, het aantal slaapkamers en de bouwperiode. Daar komt een waarde en een premie uit. Onze Nederlandse partners in het buitenland onderhouden waar nodig de contacten en alle verzekeringen brengen we onder bij Lloyd's of London. Is er schade? Dan schakelen we een internationaal expertisebureau in, die kennen de materie en weten wel met buitenlanders om te gaan." Gaico en Rob hebben inmiddels

FINANCIËEL WARENHUIS

Het was geen opzet, maar in feite is Daalseweg 236 nu een financieel warenhuis. "We bieden alle diensten rond financiën en verzekeringen en we hebben Buitenlanddesk daar als niche aan toegevoegd. Onze kracht is de persoonlijke dienstverlening en dat doen we in de volle breedte van het vak. Stel iemand wil een bedrijfsfinanciering, dan zijn daar ook verzekeringen bij nodig. Zo versterken we elkaar vanuit dezelfde filosofie: aandacht voor de klant door één vertrouwd persoon die precies weet waar zijn vragen liggen en die zijn persoonlijke situatie kent. De basis is onze kennis en met allemaal meer dan 25 jaar ervaring is dat gegarandeerd. Dat helpt natuurlijk ook. Nieuwsgierig? Loop gewoon een keer binnen, dat kan bij ons ook zonder afspraak."



Over de (uitzichtloze) situatie op de arbeidsmarkt

Personeelstekort? Doe er wat aan!

Schooljuffen, bus- en treinchauffeurs, horecapersoneel, bagageafhandelaars, verkeersleiders, bouwvakkers, ICT-ers, verkopers, mensen in de zorg, ze hebben één ding gemeen, er zijn er te weinig van. En dat tekort aan personeel vind je eigenlijk in alle branches in Nederland. Hoe gaan we dat oplossen? Dat wordt een groot probleem, alleen al omdat de vergrijzing toeneemt en er dus steeds minder handjes zijn om al het werk in Nederland te doen.

De economen wisten het zeker. Corona zette een streep door onze economische groei, maar zo snel als we die vervelende pandemie onder controle zouden hebben, zouden de groeicijfers weer door het plafond gaan. De oorlog in Oekraïne haalde die voorspellingen onderuit. Onze groei vlakkt af, maar nog steeds niet dramatisch en de vooruitzichten zijn – op het moment dat er een einde aan die oorlog komt – nog steeds optimistisch. Groei is nodig, want Nederland kampt met grote problemen. Klimaat, stikstof en woningnood om er maar enkele te noemen. De overheid draagt oplossingen aan. Om de woningnood te bestrijden bouwen we de

komende tien jaar een miljoen woningen. Door wie worden die gebouwd?

OORZAKEN

Veel Europese landen kampen met hetzelfde probleem, een te grote vraag naar medewerkers, schaarste in vrijwel alle beroepsgroepen en veel te weinig aanbod. Alleen steekt Nederland er in negatieve zin bovenuit, nergens is de nood zo hoog als hier. Vergrijzing slaat hier hard toe, we verliezen daardoor niet alleen arbeidskrachten, maar ook de vraag naar zorg stijgt. Vergrijzing is niet de enige reden voor de arbeidstekorten. Corona speelt ook een rol,

bijvoorbeeld door de ruime staatssteun, die eraan bijdroeg dat wankele bedrijven niet failliet gingen. Het aantal faillissementen was historisch laag, dat betekent dat medewerkers van die bedrijven dus niet op de arbeidsmarkt terecht kwamen. Die staatssteun had nog een consequentie; consumenten (die gewoon werden doorbetaald) kregen na corona de kans hun opgepote salarissen uit te geven en dat deden ze enthousiast. Het gevolg: extra drukte in bijvoorbeeld retail, horeca en in de reisbranche, waarvoor dus extra medewerkers nodig zijn. En dan nog iets, het werkveld is de laatste tien jaar enorm veranderd. Uit cijfers van de SER blijkt dat er tweeëneenhalf keer zoveel mensen werken in de ICT als tien jaar geleden. Er is nog een reden voor de krapte. Haalden wij vijf jaar geleden gewoon meer handjes uit landen als Polen of andere voormalige Oostbloklanden, door de betere lonen in hun thuislanden wordt het steeds moeilijker hen te verleiden in Nederland te komen werken.

OPLOSSINGEN

Wat te doen? De oplossingen moeten zowel van de kant van werkgevers als de overheid

komen. De overheid heeft een algemene taak. Zorgen voor betere opleidingen, zij instroom eenvoudiger maken, diploma's van migranten beter laten aansluiten op de Nederlandse situatie, werken aan het

'De intrinsiek gemotiveerde medewerker die 's ochtends fluitend naar zijn werk fietst is geen jobhopper'

verbeteren van het imago van bijvoorbeeld technische en zorgopleidingen. Een voorzitter van de Raad van Bestuur van een zorginstelling pleitte voor een duaal opleidingssysteem. Tegelijk werken en leren. Zijn instelling verzorgt dan de praktische kant van de opleiding, waardoor het hoge aantal uitstromers tijdens een opleiding kan worden verminderd. Het maakt veel uit als je aan de hand van een ervaren verpleegkundige meeloopt op

een afdeling of je toekomstige beroep met name theoretisch doorloopt, aangevuld met een korte stage. De man meldde overigens terloops dat hij geen geld had voor de uitvoering, dat moet van de staat komen. Eenzelfde systeem zou wonderen kunnen verrichten in bedrijven. Geef oudere werknemers de kans een deel van hun tijd te besteden aan het opleiden van jonge medewerkers. Dat meester-gezelsysteem wordt in Duitsland nog steeds gehanteerd, met uitstekende resultaten. Bovendien wordt het zo mogelijk oudere werknemers langer aan je bedrijf te binden. Met de arbeidsparticipatie is in Nederland niets mis, die is het hoogst van alle Europese landen. Alleen werken die mensen en met name vrouwen in deeltijd. Waarom? Omdat in veel gevallen extra werken niet loont. Dat salaris gaat rechtstreeks naar de kinderopvang. Wat de overheid ook kan doen is zorgen voor gratis kinderopvang (die plannen liggen er) en het hele belastingsysteem herzien, waardoor werken beter gaat lonen. Iemand die werkloos is wordt door enkele tientjes per maand netto echt niet gestimuleerd weer in beweging te komen. En dan die regelzucht, die administratieve last die





zorgmedewerkers, politieagenten en onderwijzers met zich meedragen. Laat ze doen waarvoor ze zijn opgeleid, houd op met die nutteloze exercities, die in de meeste gevallen nauwelijks meerwaarde hebben. Ze houden alleen inspecteurs en controleurs van de straat.

BEDRIJFSLEVEN

Natuurlijk heeft met name het bedrijfsleven een grote taak te vervullen. De oplossing zit niet direct in hogere lonen, de ondernemer die zijn salarishuis nog niet op orde heeft kan het gevecht om die zeldzame medewerker sowieso vergeten. Beter arbeidsomstandigheden? Daar geldt hetzelfde voor. Wie daar nu over gaat nadenken heeft de slag verloren. Goede, flexibele arbeidsomstandigheden zijn van levensbelang. De intrinsiek gemotiveerde medewerker die 's ochtends fluitend naar zijn werk

fietst is geen jobhopper. Die is tevreden met zijn salaris en met name met zijn werk. Die krijgt vertrouwen en

'De ondernemer die zijn salarishuis nog niet op orde heeft kan het gevecht om die zeldzame medewerker sowieso vergeten'

verantwoordelijkheid, die is in staat zijn werk – onder condities – flexibel in te delen en kan zich bijvoorbeeld door opleidingen verder ontwikkelen. Ondernemers die

dat nu goed voor elkaar hebben, hebben een reuze voorsprong. Uit onderzoek blijkt dat ook in het onderwijs een wat ruimere flexibiliteit direct zou leiden tot een grotere arbeidsparticipatie. De juf die de ruimte krijgt om haar kind 's morgens zelf naar school te brengen zal dat als een echte beloning ervaren. Die is wellicht ook bereid een halve dag of een dag extra te werken. Sceptisch? Dat waren veel ondernemers ook over thuiswerkers. De

verstandige ondernemers thuiswerken vast in hun beleid verankerd.

STARRE ONDERNEMERS

'Klinkt allemaal leuk, maar bij ons werkt dat niet', je hoort het ondernemers denken. Dat is in veel gevallen niet waar, het kost misschien wat meer aanpassingen, maar die zijn de moeite waard. Zelfs organisaties als de thuiszorg of de NS kijken naar nieuwe manieren om meer mensen aan zich te binden, bijvoorbeeld door medewerkers juist meer in deeltijd te laten werken. In feite ben je als ondernemer bezig manieren te vinden om het medewerkers mogelijk te maken meer uren te werken. En dan nog dit. Te veel ondernemers proberen nog steeds de perfecte persoon voor hun vacature te vinden. Iemand met een vlekje komt niet in aanmerking, die krijgt meteen een afwijzing. Die ondernemers hebben nog steeds onvoldoende door dat die tijden voorbij zijn. Waarom krijgen 55plussers of mensen met een handicap geen serieuze kans? Iemand van zestig jaar heeft nog steeds veel toegevoegde waarde, is ervaren, weinig ziek en loyaal aan het bedrijf. Dat zijn gewoon uitkomsten van onderzoeken,

geen labels. Iemand met een afstand tot de arbeidsmarkt kan een zeer welkome aanvulling zijn in elke organisatie. Ooit van jobcrafting gehoord? Instanties

'Met de arbeidsparticipatie is in Nederland niets mis, die is het hoogst van alle Europese landen'

'Waarom krijgen 55plussers of mensen met een handicap geen serieuze kans?'

praktijk leert dat thuiswerkers meer en beter werken, gewoon omdat ze minder worden afgeleid door allerlei geneuzel in hun kantoorruimte. Inmiddels hebben

die zich inzetten voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt maken niet alleen de juiste match, maar zorgen ook voor al dan niet tijdelijke begeleiding op de werkplek. Toch komen deze mensen maar moeizaam aan de slag. Duizenden tevreden ondernemers gingen u voor, grijp die kans. Onbenutte mogelijkheden genoeg dus, maar ondernemers moeten wel het initiatief nemen. Meer doen dan nog een waardeloze advertentie zetten op het verkeerde social mediakanaal. Wees creatief, kom in actie, het loont de moeite.





NUL24 bezoekt Planet Awesome en Guus Meeuwis

'Een geweldige combinatie'

De lockdowns zijn voorbij, NUL24 kan weer helemaal los. En dat gebeurde ook met bezoeken aan Planet Awesome en het 'Groots met een zachte G'-concert van Guus Meeuwis op uitnodiging van Wilma van der Zande, directeur van Sligro Nijmegen. Het werden twee zeer succesvolle bijeenkomsten.

PLANET AWESOME

Het bezoek aan Planet Awesome werd door corona tot twee keer toe uitgesteld. Dat moest dus op dinsdag 19 april een groot feest worden en dat werd het ook. De keuze was reuze; karten, bowlen, lasergamen, Glow in the dark golf, Ubisoft VR escape games en natuurlijk lekker eten en drinken. Dat mag bij een NUL24-bijeenkomst nooit ontbreken. Het begon met karten en dat werd een korte sessie. Er kwam op wonderbaarlijke wijze een blik verf op de baan terecht en dat betekende na één sessie einde karten. Dan maar bowlen, minstens zo gezellig en geen verf te bekennen. Daarna was het tijd om te lasergamen.

Intussen genoten de leden nog van een heerlijk buffet en stroomde het bier en de wijn (na het karten) rijkelijk. Het werd een prachtige avond.

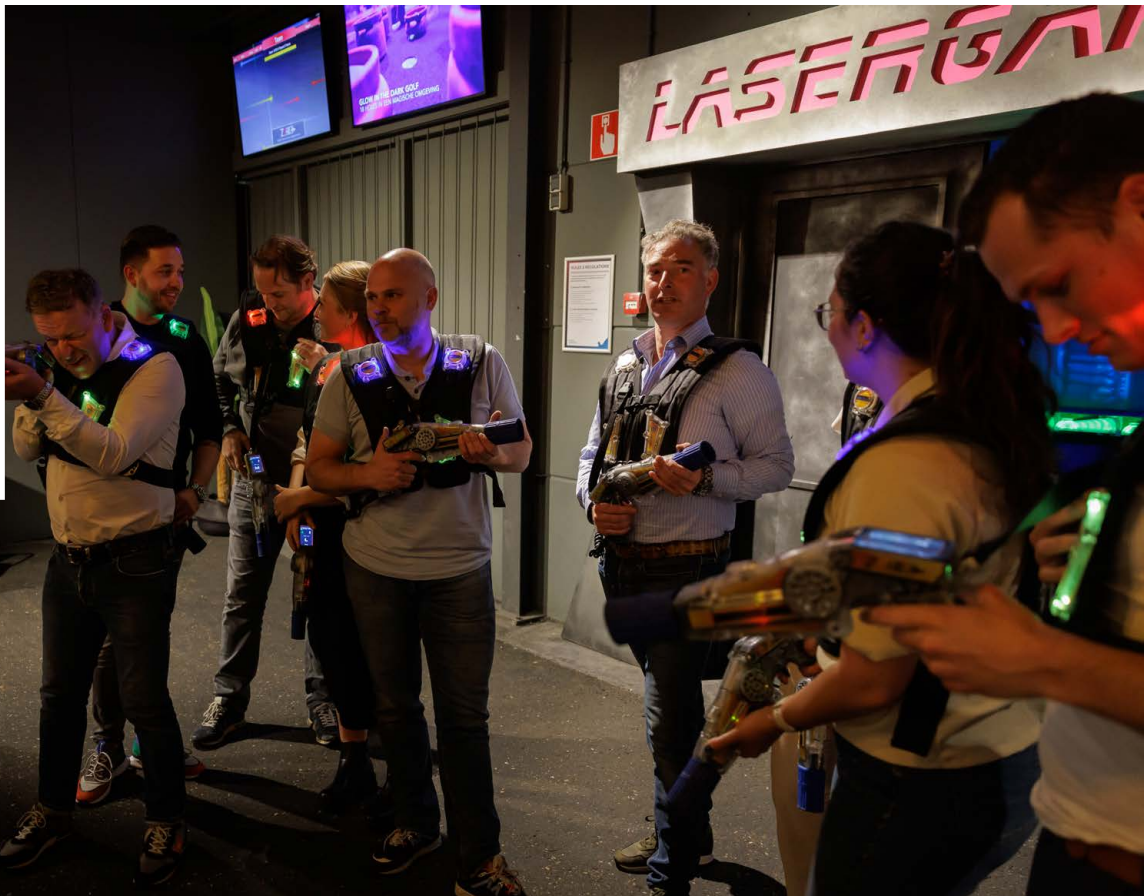
GUUS MEEUWIS

Op dinsdag 14 juni vertrok een groot aantal leden met een bus richting Philips Stadion in Eindhoven om een optreden van Guus Meeuwis bij te wonen. Voor wie daar al een keer eerder is geweest is uitleg overbodig, die heeft vanaf de aankomst op het Plein van de Hemelse Voorpret tot en met de laatste toon genoten. Voor de nieuwkomers op dit uitbundige feest was het een openbaring. Wat kan die gozer een

supersfeer creëren en zingen kan hij ook nog. Dat het supergezellig was is dus een understatement.

JAARFEEST

Helaas moest het Jaarfeest bij Bistrobar Beaune in Rozendaal worden uitgesteld. Te veel leden hadden andere verplichtingen of waren al op vakantie. Omdat het Jaarfeest echt iets is van alle leden kon het bestuur niet anders besluiten dan het feest te verplaatsen naar oktober. "Dan maken we het nog mooier." Beloofd is beloofd, we wachten in spanning af.





Freek Hartgring over horeca en de nieuwste loot aan de stam: Bar Nobel

'Plezier in je werk is de basis van alle succes'

De horeca-loopbaan van Freek Hartgring (57 jaar) begon niet zoals zo vaak in de bediening tijdens zijn studietijd. Hij verdiende toen zijn extra centjes als beveiliging en daarin maakte hij snel carrière. Maar zijn hart lag er niet, dat lag in de wijnhandel, met name in Portugese wijnen. Dus daarin is hij nog steeds actief. Maar er kwamen meer kansen in de horeca en Freek is iemand die kansen pakt. Vaak niet in zijn eentje, maar met anderen en met hemzelf in een rol op de achtergrond, nooit achter de tap. Dat geldt ook voor Bar Nobel, die op 22 mei de deuren opende aan de Grotestraat 7 in Nijmegen. Een nieuw concept, maar met veel potentie volgens Freek. Een verhaal van een liefhebber.

Het interview vindt plaats in Café van Rijn. Freek is druk met het tellen van de omzet van de vorige avond, het rooster in orde te maken en te praten met de schoonmaker. Sigaartje in de mond, koffie binnen handbereik, de rust zelve. "Er komen altijd nieuwe dingen op je pad", vertelt Freek. "En dan heb je de keuze, ja of nee, doen of laten. Ik ben echt niet in elk voorstel ingestapt, het moet me wel liggen, een voortzetting zijn van wat ik al doe en

waar ik goed in ben. Dat heeft niet zoveel met zoeken naar zekerheid te maken, maar alles met een beetje avontuur, iets nieuws beginnen en daar een succes van maken."

PORTUGESE WIJNKOPERS

Freek studeerde economisch sociale geschiedenis in Nijmegen. Hij kwam via het Wijnfort in aanraking met wijn. "Na mijn studie ben ik toen de Portugese

Wijnkopers gestart. Portugal is een fantastisch wijnland, maar de Portugezen drinken hun goede wijnen - en daar hebben ze veel van - het liefst zelf op. De bulk die wij hier in Nederland vroeger kregen voorgeschoteld was van mindere kwaliteit, dus zag ik het als mijn missie om Nederlandse wijnliefhebbers kennis te laten maken met mooie Portugese wijnen. Hoe doe je dat? Om te beginnen door veel in Portugal te zijn, wijnboeren te bezoeken, relaties met ze aan te gaan en ze te verleiden een deel van hun betere wijnen voor de export te bestemmen. In Nederland ging ik pionieren met wijnproeverijen, maar ook met het bezoeken van horeca. Ook daar hadden ze nog weinig idee over de potentie van Portugese wijnen. Ik hoop dat ik daar in de loop der jaren enige verandering in heb aangebracht, ik denk het eigenlijk wel. Ik was de grootste importeur van Portugese wijnen en port in Nederland. Bovendien heeft het me veel vrienden in Portugal opgeleverd, ik kom er nog altijd graag en frequent." Freek

stapte twintig jaar geleden samen met Jordy Bauman in het Wijnfort. "Het kwam

'Ik hou van een beetje avontuur, iets nieuws beginnen en daar een succes van maken'

te koop en we zagen er wel wat in. We vonden financiers en gingen aan de slag. Toen kwam de Compagnie te koop en dat deed ik samen met Maartje en Pierre de Haard, echte ondernemers en horecadieren. In die periode kwam ook Café van Rijn voorbij en ook daar ben ik ingestapt, want ik vond het een geweldige locatie. Dat heb ik getransformeerd tot een drukbezocht studentencafé. We doen er zo'n 800

hectoliter per jaar, 360.000 glazen en dat is volgens pandeigenaar Grolsch veel bier per vierkante meter vloeroppervlak."

FOODBAR BARRIKA

Leidde de crisis van 2014 tot grote interne Er kwamen meer kansen, Freek stapte met Jordy Baumann in De Belvédère. Hij verkocht de Portugese Wijnkopers, maar hij bleef actief in de wijnhandel en hij startte onder andere met de Portstars Wijnkopers. Sommige belangen gaf hij op. Hij verkocht zijn aandeel in het Wijnfort en de Compagnie. "Er ligt altijd wel ergens een nieuwe kans. Rik van Willenswaard, mijn voormalige bedrijfsleider in Van Rijn, wilde samen met mij iets nieuws starten. Ik heb hem geadviseerd om twee jaar de tijd te nemen om zijn ervaring in de horecawereld te verbreden. Dat deed hij en daarna stond hij weer op de stoep met dezelfde vraag: iets nieuws. Voor mij hangt succes in horeca altijd samen met twee zaken: de locatie en het concept. Het moet iets nieuws zijn, geen dertien in een dozijn, want dan concurrer





je te pletter, maar iets waar een bepaalde doelgroep zich tot aangetrokken voelt. Dat werd Foodbar Barrika aan de Van Welderenstraat. Borrel, biertje, cocktail, shared dining, mooie producten, goede service, laagdrempelig, maar kwalitatief meer dan in orde. Daar geloof ik in."

BAR NOBEL

Er diende zich met Robert Gushlow een nieuwe voormalige bedrijfsleider aan, die ook wel zin had in een eigen horecavontuur met Freek. "Toen begon de zoektocht opnieuw. Waar vinden we een goede locatie en wat wordt onze doelgroep? We vonden een pand aan de Grotestraat in Nijmegen, een bekende uitgangsstraat die de laatste jaren is overgenomen door jonge enthousiaste ondernemers, die er weer vol tegenaan willen gaan. In zo'n omgeving voelen we ons thuis en dus ontstond het idee achter Bar Nobel. De perfecte plek voor mensen die hun studententijd zijn ontgroeid (23-plus), maar die nog wel een leuke borrel willen drinken, zich lekker willen ontspannen in een omgeving die op hun wensen is afgestemd, met de betere Nederlandstalige muziek en guilty pleasures. Voor gasten die te oud zijn voor Van Rijn, maar wel nog graag willen stappen. We hebben er een jaar aan verbouwd, door corona hadden we voldoende tijd." Freek houdt zich nu dus nog bezig met Portstars Wijnkopers, Café Van Rijn, Foodbar Barrika en Bar Nobel. "Het was eerlijk gezegd nooit mijn

doel om (mede)eigenaar te worden van vier horecaformules, ik ben er eigenlijk

'Wij geven onze medewerkers vertrouwen en dat wordt maar zelden beschaamd'

gewoon ingerold en zo langzamerhand mag ik mezelf wel een liefhebber noemen.

Maar mijn hart ligt nog steeds bij de wijn. Vandaar ook Portstars Wijnkopers. Eigenlijk was port een beetje in een vergeethoekje terecht gekomen. Een ouwelullendrankje, maar het is helemaal op de weg terug. Voor mij is port een van de mooiste producten in de wijnwereld. Ik ben met Portstars Wijnkopers weer lekker helemaal alleen begonnen." De andere zaken zijn geen bijzaken. "Dat is onmogelijk, elke zaak krijgt de volle aandacht, dit is geen hobby, maar serieuze business."

BOOMING BUSINESS

Freek en zijn medewerkers hebben zich door corona heen geslagen. "Dat was een moeilijke tijd, maar we hebben het mede door de overheidsmaatregelen overleefd. Het gaf ons tijdens de lockdowns bijvoorbeeld ook de mogelijkheid om medewerkers in te zetten bij de verbouwing van Bar Nobel. Nu is de business weer booming, maar ik verwacht dat die binnen afzienbare tijd weer zal normaliseren. Voor veel horecazaken zal corona nog een



staartje krijgen als in oktober de belastingdienst op de stoep staat. Dat zal ons niet gebeuren.” Als Freek terugkijkt op 25 jaar horecaervaring vallen hem een aantal zaken op. “Het vak is niet veranderd, het draait nog steeds om gastvrijheid en een aanbod en concept dat past bij de klantvraag. De klant zelf is wel veranderd. Veel mondiger, veel veeleisender. Vroeger kon je bij Van Rijn kiezen uit pils, donker bier en een flesje limonade, nu hebben we zestien speciaalbiere op de tap. Het publiek gedraagt zich ook slechter. Van Rijn mag dan een studenten kroeg zijn, dat betekent in mijn ogen niet dat je de boel ook moet slopen. Op een avond hebben we gemiddeld vijftig kapotte glazen, toiletpotten en wasbakken moeten het regelmatig ontgelden en onze lampen hebben we extra hoog moeten hangen. Waarom? Een combinatie van drank en pure ballorigheid denk ik. Dat vergt wel meer van onze medewerkers.” Dat is een mooi bruggetje naar een onderwerp, waarvan menige horecabaas wakker ligt. Hoe kom ik aan personeel? “Dat probleem hebben we niet. Mensen werken hier graag. Niet alleen omdat we fatsoenlijk volgens CAO betalen, maar ook omdat we rekening met ze houden, geen oproepkracht die om 00.30 uur nog moet aantreden. Probleem is dat werken in de natte horeca niet echt als een vak wordt gezien en dus te laag wordt betaald. Dat is onterecht, het is keihard werken en het vergt veel kennis van zaken over producten, maar nog meer over mensen. Wij geven onze medewerkers vertrouwen en dat wordt maar zelden beschaamd. Bovendien zorgen we goed voor onze mensen, we sluiten elke dag af met

een drankje en we gaan elk jaar inclusief oud-medewerkers een paar dagen naar Winterberg. Dat kost wat, maar het zorgt wel voor binding. We hebben daarom leuke

zou hij kiezen voor iets aan een lopende band. “Het lijkt me heerlijk om bezig te zijn en intussen je gedachten de vrije loop te laten. Gaat nooit lukken, want ik denk dat ik na veertien dagen wel een lijst heb voor de directie met zaken die ze kunnen verbeteren. Ondernemen zit me blijkbaar toch in het bloed. Nieuwe concepten bedenken, zaken opzetten, daar krijg ik energie van, dat vind ik echt leuk. En plezier is de basis van succes, daar geloof ik heilig in.”

‘Bar Nobel is de perfecte plek voor mensen die hun studententijd zijn ontgroeid, maar nog wel willen stappen’

teams, met mensen die altijd wel een vriend of vriendin kennen om een vacature in te vullen. Dus ik mag niet klagen.”

ENERGIE

Mocht de hele wereld instorten en Freek zonder werk komen, dan





Neurodivergentie biedt bedrijfsleven vooral kansen

In een tijd van een enorme krapte op de arbeidsmarkt zouden ondernemers meer aandacht moeten besteden aan mensen die ogenschijnlijk niet meteen in een perfect plaatje passen. Bijvoorbeeld neurodivergente mensen, mensen met de diagnose autisme, dyslexie, hoogsensitiviteit of hoogbegaafdheid. Ze zijn niet ziek, hun brein werkt gewoon anders. Wanneer je daar als werkgever rekening mee houdt heb je vaak uitzonderlijke bekwame en loyale medewerkers op je werkvloer.

Een autist houdt in het algemeen niet van grote bijeenkomsten, veel sociale contacten of geklets bij de koffieautomaat. Geef hem of haar een opdracht en de rust om die uit te voeren en het resultaat is verbluffend. Een ADHD-er gaat werken aan één complexe taak uit de weg, maar is daarentegen vaak een echte multitasker. Een hoogbegaafd persoon moet worden uitgedaagd, is allergisch voor simpele taken. Wanneer bedrijven de neurodivergentie bij hun werknemers niet opmerken ontstaan problemen: burn-out of bore-out, ze raken overprikkelt en overspannen of ze ervaren veel te weinig prikkels en vallen om die reden uit. Ze stuiten op onbegrip.

UNIEK DENKVERMOGEN

Langzaam maar zeker dringt het besef door dat neurodivergente mensen onder aangepaste omstandigheden niet alleen zeer fijne en efficiënte collega's zijn, maar dat ze ook over eigenschappen beschikken die grote problemen tot een succesvolle oplossing kunnen brengen, juist omdat ze anders denken. Bijvoorbeeld omdat ze

kwaliteiten hebben die essentieel zijn om 'out of the box' oplossingen te bedenken. Neurowetenschappen Helen Taylor (Cambridge University) heeft die theorie geponoerd. Zij noemt het 'neurocognitive specialization'. Zij betoogt dat het brein van gemiddelde werknemers uitstekend in staat is om om te gaan met dagelijkse vragen, maar dat echte verandering vraagt om mensen met vernieuwende breinen. Volgens Taylor zouden werknemers met een neurodivergent brein bijvoorbeeld beter in staat zijn ons een goede duw in de richting te geven voor het bedenken van een oplossing voor het klimaatprobleem. In het reguliere bedrijfsleven kan hun unieke denkvermogen bedrijven een voordeel geven ten opzichte van de concurrentie.

LOYALE WERKNEMERS

Het is overduidelijk dat mensen met een dergelijk brein meer moeite hebben een plaats te vinden op de arbeidsmarkt. Lukt het hen wel, doordat een bedrijf hun status herkent en voor hen aangepaste maatregelen neemt, dan ontwikkelen ze zich vaak niet alleen tot werknemers met bijzondere

kwaliteiten, maar bovendien zijn ze zeer gedreven, consciëntieus en loyaal aan hun werkgever. Zij zullen minder snel door concurrenten te verleiden zijn met een hoger salaris of betere arbeidsomstandigheden. Consultancykantoor EY publiceerde in 2019 een rapport over de unieke vaardigheden van bijvoorbeeld dyslectici. Het rapport roept bestuurders op meer werk te maken van een neurodivergent personeelsbestand. Probleem is dat de meeste bedrijven hier nog niet op zijn ingericht, zij zoeken nog steeds naar de gemiddelde mens die zich bijvoorbeeld senang voelt in een kantoortuin. Ben je als bedrijf in staat en bereid om, vaak met kleine aanpassingen (vaste eigen werkplek, koptelefoon, thuiswerken), ruimte te bieden aan neurodivergente werknemers, dan is de meerwaarde enorm. Dit past in de benadering van bedrijven om steeds meer uit te gaan van de individuele behoeften van werknemers. Geen mens is hetzelfde, iedereen heeft zijn individuele kwaliteiten, vooral ook mensen met een neurodivergent brein.



Marketing as a Service op Maat!

Twee jaar geleden zagen we het nog als "The next big thing", het geautomatiseerd inzetten van gepersonaliseerde content. Nu is het een vast onderdeel geworden en maakt het steeds vaker deel uit van campagnes met hard gedefinieerde doelen.

Inmiddels staat Emixion al 17 jaar voor effectieve, volgens de richtlijnen gerealiseerde websites en ijzersterke marketingstrategieën, het toevoegen van geautomatiseerde en doorlopend gepersonaliseerde geoptimaliseerde campagnes. De oplossing heet in ons vakjargon Marketing Automation, hiermee realiseren we 24/7 per dag de juiste strategie en effecten.

WAT IS MARKETING AUTOMATION NU PRECIJS?

Marketing Automation is een methodiek om (potentiële) opdrachtgevers met persoonlijke relevante content te bereiken, te binden en te activeren. Belangrijk doel hierbij is het verzamelen van interesses binnen de bepaalde doelgroepen. Voordeel is dat dit gebeurt in veel gevallen zonder dat bezoekers van websites en ontvangers van e-mails hier iets van merken. Op basis van voorkennis en dynamisch meebewegen op het eerder uitgevoerd gedrag wordt er geautomatiseerd en op maat online content aangeboden aan (potentiële) opdrachtgevers. Marketing Automation draait in essentie om het instellen van de juiste triggers en scenario's die op het juiste moment (potentiële) opdrachtgevers exact de juiste content tonen of gericht te sturen op de juiste (vervolg)acties. Het uiteindelijke doel is om ervoor te zorgen dat de juiste content, op het juiste kanaal, op het juiste moment, op het juiste apparaat de juiste persoon bereikt en deze activeert met de juiste (vervolg)actie. In andere woorden, met Marketing Automation is het mogelijk om altijd in de buurt van jouw doelgroep(en) te zijn en precies dátgene te bieden waar hij of zij op dat moment de meeste behoefte aan heeft.

BIJZONDERE VOORDELEN MARKETING AUTOMATION

Waar voorheen het ontvangen van een online lead het zogenoemde eindstation was wordt met Marketing Automation de sales funnel (CRM) onderdeel van de totale marketingstrategie. De marketing- en salesstrategie werken samen en worden hierdoor veel efficiënter en voorzien zo persoonlijk mogelijk de behoefte van de (potentiële) opdrachtgevers. Wat Marketing Automation echt bijzonder maakt is het inzichtelijk krijgen van suspects of prospects voordat deze converteren. Hierdoor is het mogelijk om met zeer weinig inspanningen relevante suspects of prospects actief te benaderen, interesses te verzamelen, en bezoekers persoonlijk en relevant te benaderen. Doordat er steeds inzicht is in de wensen en behoeften van de (potentiële) opdrachtgevers, wordt het ook steeds eenvoudiger om de doelen, bijvoorbeeld leads, online verkoop en/of contact opnemen te realiseren. Op basis van gedrag worden (potentiële) opdrachtgevers zo relevant mogelijk

begeleid in het aankoopproces waardoor deze uiteindelijk kiezen voor jouw product en/of organisatie.

BUSINESSCASE

Voor een school in het voortgezet onderwijs hebben we Marketing Automation breed mogen inzetten. Daar hebben we veel bewijs gekregen dat Marketing Automation werkt. De uitdaging was in krap drie weken nieuwe leerlingen te werven met toen nog minder fysieke mogelijkheden. In de strategie werden potentiële nieuwe leerlingen en hun ouders/verzorgers op maat voorzien van de juiste informatie en triggers. Resultaat was dat we in een korte periode +8.000 personen hebben bereikt en +800 aanmeldingen hebben kunnen realiseren. Met deze campagne is een conversiepercentage gerealiseerd van bijna 10%! Dit en het gemiddelde van 4.5 contactmomenten heeft keihard bewezen dat Marketing Automation als middel en onze strategie in die korte uitdagende periode heel sterk heeft bijgedragen aan het behalen van het aantal aanmeldingen en inschrijvingen.

BUSINESSCASE

Met Marketing Automation zijn online marketing, content creatie, bereiken, activeren en web development beter dan ooit één samenwerkend en geautomatiseerd geheel dat elkaars succes versterkt. Door nu te investeren in Marketing Automation zorgen we de toekomst nu al bereikbaar is. Een toekomst waarin relevante content, perfecte timing en een stevige strategie onmisbaar zijn! Benieuwd hoe Emixion Marketing Automation inzet voor jouw online succes? Onze marketeers vertellen je er, onder het genot van een heerlijke kop koffie, Italiaans waardige espresso of cappuccino, graag over! Neem contact met ons op of kom gezellig langs op onze nieuwe locatie!

John Meijering Emixion

Enthousiast en nieuwsgierig geworden van ons verhaal?

Neem contact op via:

T +31 (0) 24 - 348 29 16

A Kerkenbos 1103C, 6546 BC Nijmegen

Of bezoek onze website www.emixion.nl of wees heel erg welkom@emixion.nl.



Mauron (refurbished kantoormeubilair)
groeit als kool

'Ons nieuwe pand past ons als een jas'

Het begon ooit als een geintje. In 2013 besloten Maurice Traa (eigenaar Auto Traa) en een kennis om tijdens een BVA-veiling een bod uit te brengen op een partij gebruikt kantoormeubilair. "Tot onze stomme verbazing kregen we de partij. Toen we een maand later een enorme hoeveelheid kantoormeubilair van het Ministerie van VWS konden ophalen was Mauron geboren. Sindsdien is er veel gebeurd."

“Dat ministerie was wel een dingetje, we hadden namelijk een datum afgesproken waarop het pand leeg moest worden opgeleverd. We hebben snel wat ruimtes gehuurd en de vriendenclub van mijn zoon Tim ingeschakeld om de partij van Den Haag naar Nijmegen te halen. Daar waren heel wat ritten voor nodig. In mei 2013 konden we een pand huren naast Auto Traa.” De meubels van het ministerie (stoelen, bureaus, kasten en kantine-meubilair) waren vrijwel allemaal van het merk Koninklijke Ahrend, een echt premium merk in Nederland. Maurice Traa en zijn zoon Tim ontwikkelden een compleet eigen werkwijze. “We kopen de tweedehands meubels in, halen ze helemaal uit elkaar en controleren alle onderdelen grondig. Wat versleten is wordt vervangen, van gasveer, armleuning tot schroefje en boutje en de stoffering wordt indien nodig vervangen. Daarbij heeft onze klant de keuze uit zo’n tachtig kleuren, want ook kantoor-meubilair is aan mode onderhevig. Op die manier is het meubilair niet meer tweedehands, maar refurbished, compleet gecontroleerd en hersteld. Nieuw kantoor-meubilair van deze kwaliteit is duur, wij bieden het voor een veel lagere prijs aan,

dus die handel kwam snel op gang. We groeiden gestaag.”

KONINKLIJKE AHREND

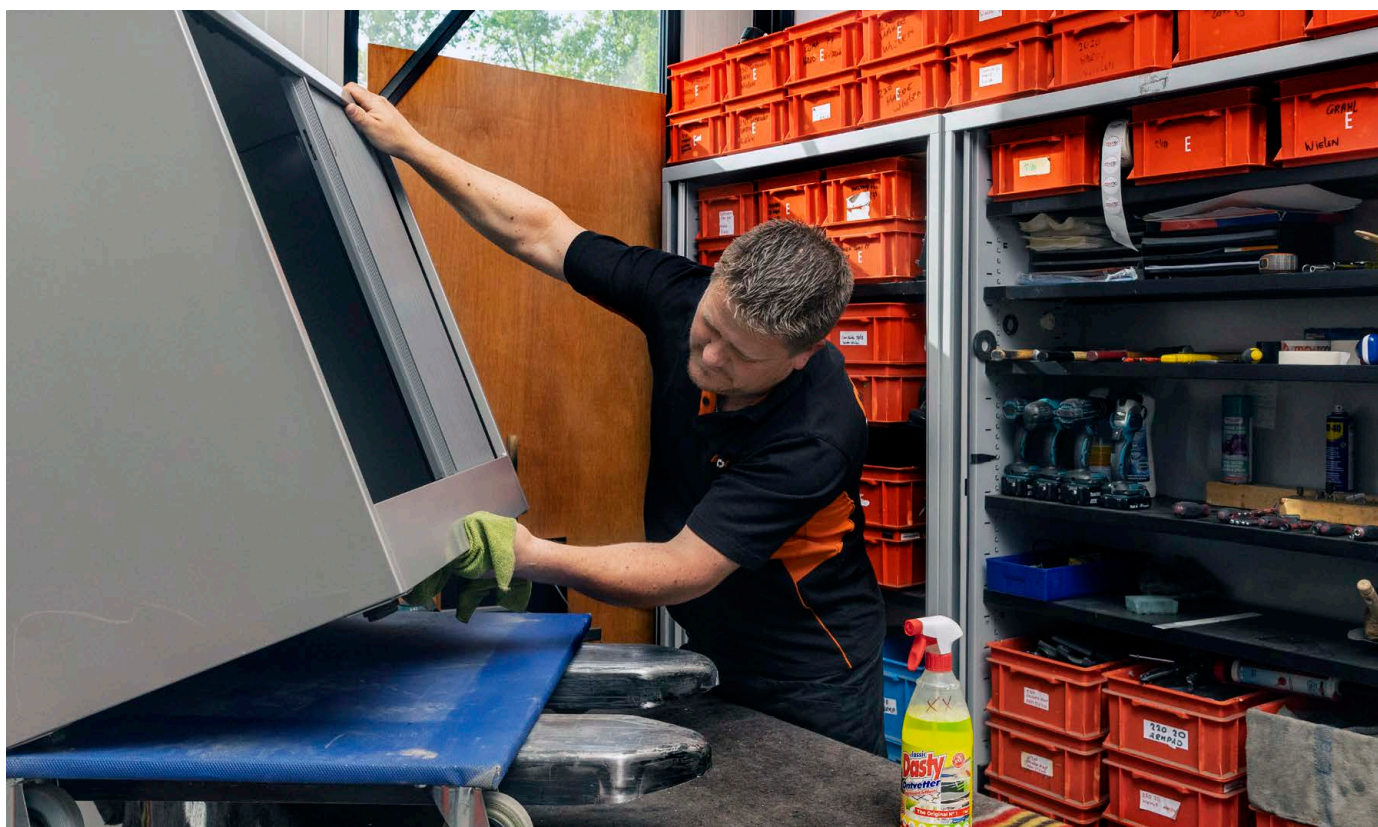
De keuze voor met name Koninklijke Ahrend was een schot in de roos. Het bedrijf werd in 1896 opgericht. Wat je er terug vindt is de typisch Nederlandse ondernemersgeest, maar echt cruciaal voor de groei van het bedrijf was de inbreng van industrieel ontwerper

‘Door alles te controleren en indien nodig te herstellen is het meubilair niet meer tweedehands, maar refurbished’

Friso Kramer. Hij werkte volgens het ‘less is more’ principe. Alle overbodige details blijven achterwege, wat overblijft is een tijdloos model dat in harmonie is met zijn gebruiker. De ontwerpen zijn logisch vormgegeven,

zodat de gebruiker maximaal wordt ondersteund in alles wat hij doet, en elk meubel is duurzaam. “Ik zou daar nog de term degelijk aan willen toevoegen”, vertelt Maurice Traa. “Elke stoel, elk bureau is opgebouwd uit de beste materialen. Bovendien is vrijwel elk onderdeel te vervangen en dat betekent dat een lange levensduur van elk meubelstuk is gegarandeerd. Gaat er een keer iets stuk of is de stoffering versleten, dan kan dat worden opgelost. De overheid en veel grote instellingen kiezen voor Ahrend door die combinatie van kwaliteit en duurzaamheid en dat werkt enorm in ons voordeel. We hebben ons verdienmodel door met name Ahrend in te kopen er op aangepast. Door het meubilair uit elkaar te halen kan de klant ook bijvoorbeeld een bureau naar eigen wens samenstellen. Vroeger lag er veel papier op een bureau en had je dus een groot bureauoppervlak nodig. In ons digitale tijdperk is dat veel minder het geval, dus zien wij een verschuiving van bijvoorbeeld hoekbureaus naar kleinere rechthoekige bureaus. Die hebben we niet alleen in veel maten, maar ook in verschillende dessins bureaubladen. Daar kan de klant vrijwel elk onderstel





bij kiezen, er ontstaat dus uit die onderdelen als het ware een nieuw bureau. Het grote voordeel van deze werkwijze is, dat mocht de klant na een aantal jaren een paar extra bureaus nodig hebben, hij exact dezelfde bureaus opnieuw kan samenstellen. Dat geldt natuurlijk ook voor de afwijkende kleur stoffering voor bureaustoelen. Wil je die later bijbestellen, dan kan dat, zonder problemen. Door onze verscheidenheid aan inkoopkanalen en de daarmee samenhangende garantie van aanvoer van 'nieuw gebruikt' meubilair hebben we inmiddels een vast assortiment kunnen samenstellen. Dat bestaat tegenwoordig naast Ahrend bureaustoelen ook uit andere merken stoelen uit het hogere segment, zoals bijvoorbeeld Gispens, Herman Miller en RH logic. Die onderwerpen we overigens aan dezelfde behandeling. Die inkoopkanalen zijn heel divers. Dat varieert van verhuizers, politiebureaus, facilitair managers van grotere bedrijven, tot banken. Onze naamsbekendheid is de afgelopen jaren sterk gegroeid."

THUISWERKEN

Met corona steeg ook het aantal thuiswerkers en die moeten van een goede werkplek worden voorzien, dat is een verplichting voor werkgevers. "Dus

stegen de bezoeken aan onze webshop enorm en kregen we – als het kon – ook veel particulieren aan de deur. Het was in elk geval erg positief voor onze omzet. Zeker particulieren zijn kritischer in hun uitgaven. Die vergelijken prijzen en komen dan al snel bij refurbished meubilair terecht. Als je dan bijvoorbeeld Ahrend meubilair in perfecte staat kunt kopen tegen een meer dan schappelijke

'Met refurbished meubilair ben je een actief onderdeel van de circulaire economie'

prijs is de keuze voor veel mensen snel gemaakt. We leveren uit voorraad en geven garanties. Bovendien kunnen ze hier ook terecht voor een eventuele reparatie." Maurice en Tim Traa verwachten dat thuiswerken nooit meer helemaal zal verdwijnen en dat de particuliere vraag constant zal blijven. "Bovendien krijg je een olievlekwerking. Iemand die bij ons goede ervaringen heeft opgedaan, zal dat

aan zijn collega's doorvertellen. En die krijgen we dus ook als klant, zeker als ze met eigen ogen hebben gezien dat wat we verkopen zo goed als nieuw is, er hangt alleen een ander prijskaartje aan."

DUURZAAM EN CIRCULAIR

Mauron had nog op een andere manier de wind in de zeilen. Tim Traa: "De keuze voor refurbished bureaumeubilair is niet alleen veel goedkoper, je draagt als bedrijf ook bij aan duurzaamheidsdoelstellingen. Met refurbished meubilair ben je een actief onderdeel van de circulaire economie, de kringloop economie. In dat systeem worden reststoffen volledig nieuw ingezet en putten we geen eindige grondstoffen uit. Oud meubilair wordt niet weggegooid, maar het krijgt na een opknaptbeurt een tweede leven, of zelfs een derde. Is het meubilair echt aan het eind van zijn levenscyclus, dan halen we alle componenten uit elkaar en die verdwijnen in allerlei afvalstromen, waarna het opnieuw kan worden gebruikt. Er komt dus niets als onbruikbaar afval in het milieu terecht. Stalen bureaupoten worden dan bijvoorbeeld omgesmolten en gaan verder als kookpannen of autodeuren. Wij hebben met ons bedrijf de keten zo ingericht dat er dus geen onbruikbare afvalstro-

men ontstaan. Ook defecte onderdelen, waar we geen gebruik meer van kunnen maken, gaan naar een eindverwerker die er weer iets nieuws van maakt.”

VERHUIZING

Tim Traa rolde als vanzelf in het bedrijf. Toen Maurice Traa in december 2021 de aandelen van zijn voormalig compagnon overnam kende Tim het bedrijf al van A tot en met Z. Dat betekende dat hij verantwoordelijk werd voor de hele operatie. Tim: “Mijn vader is hier nog dagelijks aanwezig en dat is plezierig. Ik kan nog steeds veel van hem leren. Ik startte hier vele jaren geleden op de werkvloer, maar later kreeg ik steeds meer verantwoordelijkheid in de planning en het managen van in- en verkoop. Dat bevalt me uitstekend. Dat betekent niet dat ik niet geregeld de handen uit de mouwen steek, daar voel ik me niets te goed voor.” Door de sterke groei werd het pand aan de Microweg in Nijmegen echt te klein. “We hebben verschillende locaties bekeken, maar kwamen uiteindelijk uit bij een pand aan de Westkanaaldijk 445a in Nijmegen en dat past ons als een

jas. Met ruim 2.000 m2 vloeroppervlak kregen we de kans een aparte werkplaats te bouwen, een personeelskantine, een professioneel kantoor en – het belangrijkste van alles – een showroom. Daar hadden we echt behoefte aan, een

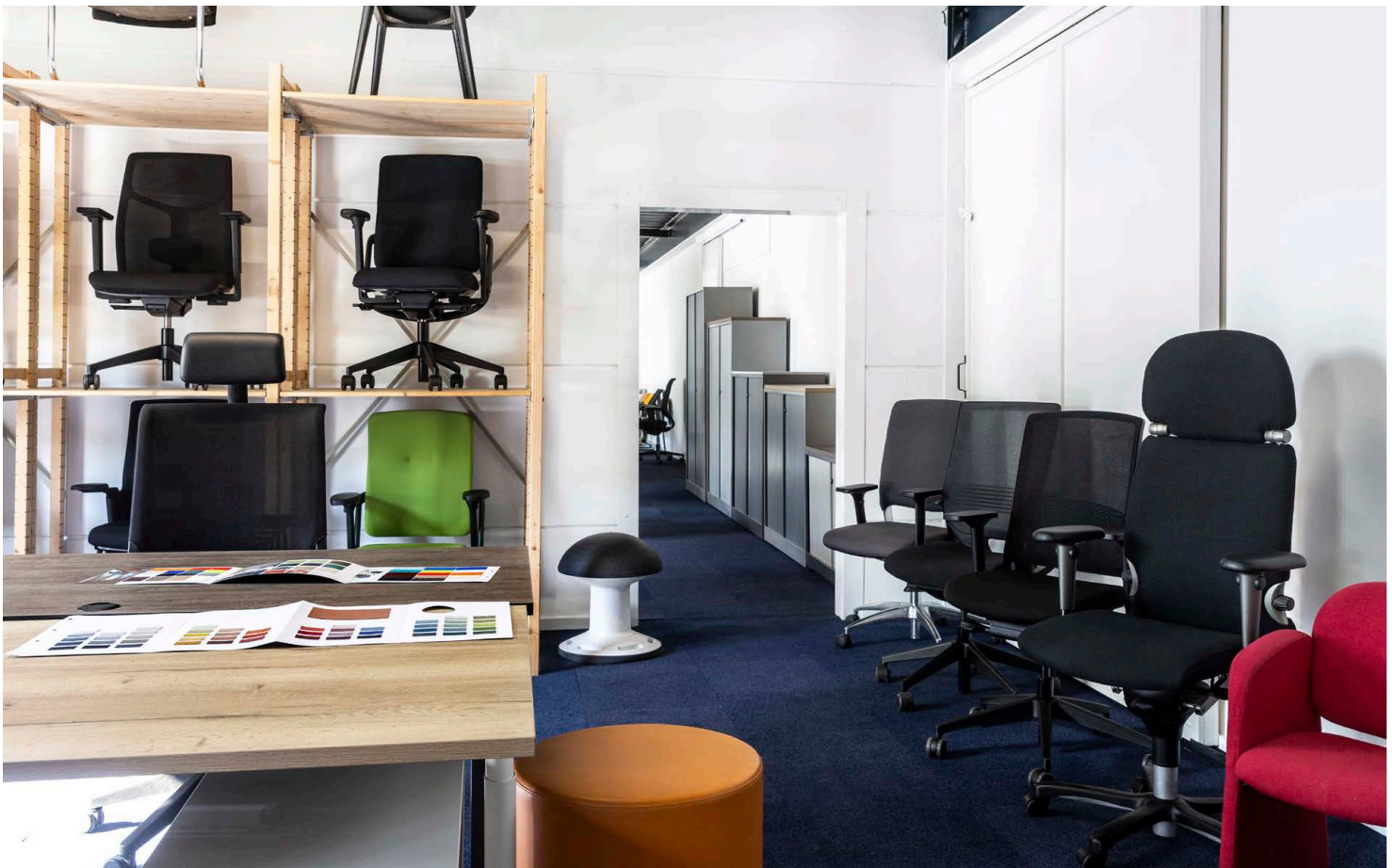
‘In onze showroom vind je alles wat je voor de inrichting van een kantoor nodig hebt’

showroom waar we onze klanten kunnen laten zien wat we in huis hebben, van een eenvoudige kantinestoel tot de meest luxe bureaustoel en alles wat daartussen zit. Maar ook rolkasten en gewone kasten in alle kleuren en maten. Eigenlijk alles wat je voor de aankleding van een kantoor nodig hebt. Onze eigen vrachtwagens zorgen er voor dat de bestellingen op tijd en vlekkeloos

worden afgeleverd. Ook ons team is gegroeid, we hebben inmiddels zo’n acht medewerkers in dienst en dat aantal zal, als de markt zo blijft groeien, alleen nog maar toenemen.”

GROTERE KLANTEN

De inkoop van meubilair is waar het allemaal mee begint. “Als je dat niet op orde hebt loop je vanzelf vast. Die kanalen worden steeds groter, maar ook de verkoopkanalen veranderen. Neem bijvoorbeeld de gemeenten in Nederland. Die zouden tien jaar geleden blind voor een grote leverancier van nieuw kantoormeubilair hebben gekozen. Nu kiezen ze, met de prijs maar zeker ook met circulariteit en duurzaamheid in het achterhoofd, steeds vaker voor ons. Dit is dus nog een groeimarkt. Dat betekent dat de concurrentie zal toenemen, maar we hebben een gezonde voorsprong. We hebben vier jaar achter elkaar de FD Gazelle Award gewonnen, dat zegt wat ons betreft genoeg. Er is voldoende markt, wij kennen de markt, wij kennen de kanalen, dus verwachten we ook de komende jaren een mooie groei.”





'Is schieten, altijd verliezen?'

In het Arbeidsrecht wordt mogelijk soms door één van de partijen of zelfs door twee partijen 'gespeeld', ook na het inwerkingtreden van de Wet Werk en Zekerheid ("WWZ") en de Wet Arbeidsmarkt in Balans ("WAB"), zij het dat het een ander spel is dan de gebruikelijke spelletjes.

Er zijn weinig rechtsgebieden waarin één van de procespartijen kan profiteren van een conflict. Het menselijk instinct maakt dat burgers doorgaans een conflict willen vermijden. Wanneer een conflict ontstaat en blijft bestaan, dan kan de rechtspraak of mediation dit soms oplossen. En dat geldt ook voor en binnen het Arbeidsrecht. Daarbij mag niet worden vergeten dat de posities van werknemers en werkgever wezenlijk verschillen. En omdat dit zo is, is de werknemer, wettelijk gezien, beter beschermd dan de werkgever.

Niet elk conflict hoeft echter via de rechter of via mediation te worden opgelost. Indien iemand bijvoorbeeld 100 euro aan schade heeft geleden, is het de bedoeling dat de dader deze 100 euro aan schade vergoedt. De schuldeiser behoort geen 'extra' voordeel te behalen uit dit conflict. Dit soort kleine zaken worden meestal door partijen zelf opgelost. Er komt zelden of nooit een rechter of mediator aan te pas.

Bij elk conflict kan er voor één van de partijen of voor beide partijen een (machts)positie ontstaan. Een machtspositie waar hij of zij gebruik van kan maken.

Als de werknemer of werknemster zelf voorstelt uit dienst te treden, dan kan hij of zij zichzelf echter 'buitenspel' zetten. Stel de werknemer of de werknemster legt dit vast op papier en de werkgever accepteert dit voorstel, dan staat het voorstel en de acceptatie daarvan in principe vast. Een werkgever kan een dergelijk aanbod aanvaarden. Binnen het Burgerlijk Recht en binnen het Arbeidsrecht spreekt men dan van aanbod en aanvaarding. Eén van de fundamenten van het handelsverkeer en van ons recht.

Voor een werknemer of een werknemster is het niet voordelig om tijdens een conflict ontslag in te dienen. De werknemer ontvangt dan bijvoorbeeld geen transitievergoeding. Het alternatief, de beëindigingsovereenkomst, kan de werknemer een betere uitkomst brengen. Werknemer en/of werknemster is niet verplicht om in te stemmen met de opzegging. Werknemer en/of werknemster kan ook niet verplicht worden de arbeidsovereenkomst eenzijdig op te zeggen.

Hij of zij kan aan de instemming van de opzegging echter wel voorwaarden verbinden. Het is voor hem of haar op dat moment en onder de gegeven feiten en omstandigheden tijd om te onderhandelen. Bij dit soort onderhandelingen blijkt dat de Nederlandse wetgeving en rechtspraak de contractsvrijheid hoog in het vaandel heeft staan en/of zitten.

Door het conflict wil de werkgever negen van de tien keer de werknemer uit dienst nemen, dit geeft de werknemer en/of werknemster een onderhandelingspositie. Zeker als de werknemer en/of werknemster niet zelf opzegt.

Tijdens de onderhandelingen kan de werknemer en/of werknemster zijn of haar eigen eisen opstellen, in plaats van die van de werkgever te accepteren of in plaats van zelf de arbeidsovereenkomst door opzegging te laten eindigen.

De werknemer die ten tijde van een conflict voorstelt om de arbeidsovereenkomst op te zeggen trekt vaak niet aan het langste eind, los van het antwoord op de vraag of er überhaupt wat te trekken valt.

Een werknemer die schiet, zijnde een werknemer die zelf opzegt of laat weten dat hij zelf weg wilt, is zeven van de tien keer een werknemer die verliest. Schieten is dus niet per se verstandig.

Roel Kop

Molenveldlaan 158 - 6523 RN Nijmegen
 (024) 737 03 76 - M 06 53 30 84 40
 roel@kopadvocaten.nl - www.kopadvocaten.nl



Hoe trekt u de juiste mensen aan? Een voorbeeld.

Ondernemers breken zich het hoofd over het vinden van de juiste mensen, vooral in productie, in technische beroepen en de horeca is dat een regelrechte ramp. Overdreven? Lijkt me niet als restaurants sluiten in verband met tekort aan medewerkers, de NS treinen moet schrappen, klassen naar huis worden gestuurd en Schiphol zo verstopt raakt dat duizenden vakantiegangers worden getroffen. Die situatie is zeer ernstig en de vooruitzichten beloven op korte termijn geen verbetering. Wat doe je als ondernemer dan? Om te beginnen aandacht besteden aan je personeelsbestand en bekijken of je intern het potentieel van je huidige mensen beter kunt benutten. Een andere mogelijkheid is samenwerking zoeken met een betrouwbare partner die wél de nodige handjes voor u kan vinden.

Dat kunnen wij binnen Nedflex als geen ander. Wij beschikken over een goed gevulde database vol gemotiveerde mensen en we werken nauw samen met geselecteerde uitzendpartners uit ons brede netwerk. Wij kunnen u ook helpen met werving & selectie of u voorzien van ervaren interim-kandidaten. Wij helpen met het om- en bijscholen van potentiële kandidaten en we ondersteunen ondernemers met het maken en uitvoeren van een op maat gemaakt loopbaanadvies voor medewerkers. Dat klinkt goed, zult u denken, maar dat belooft iedereen!

Daarom een voorbeeld. Eind vorig jaar werd Het Wapen van Bommel heropend. De eigenaar was op zoek naar een compleet horecateam, van chefkok tot en met bediening en afwasmulpen. Dat is in de huidige tijd een uitdaging. Toch hebben we dat binnen de kortste keren opgelost. Hoe? Om te beginnen hebben we met de eigenaar geïnventariseerd wat hij echt nodig had. Daarna gingen we aan de slag in ons bestand, maar benaderden we ook oud-medewerkers.

Een belangrijk instrument in de werving van personeel is Marketing Automation. Dat is een methodiek om (potentiële) medewerkers met persoonlijke relevante content te bereiken, te binden en te activeren. Belangrijk doel hierbij is het verzamelen van interesses binnen de bepaalde doelgroepen. Dit gebeurt in veel gevallen zonder dat bezoekers van websites en ontvangers van e-mails hier iets van merken. Op basis van die voorkennis en voortbordurend op het eerder uitgevoerd gedrag krijgen medewerkers geautomatiseerd en op maat online content aangeboden. Je brengt dus altijd 1-op-1 de juiste informatie naar de juiste persoon. Marketing Automation draait in essentie om het instellen van de juiste triggers en scenario's die op het juiste moment de juiste content tonen om gericht te sturen op de juiste (vervolg)acties. In andere woorden, met Marketing Automation is het mogelijk om altijd in de buurt van jouw doelgroep(en) te zijn en precies dátgene te bieden waar hij of zij op dat moment de meeste behoefte aan heeft. Dit is een zeer geavanceerde techniek, die verrassend goede resultaten oplevert. Ook voor het Wapen van Bommel.

Is dat duur? Nee, wij werken tegen een zeer concurrerend tarief. Onze tariefstelling voor werving & selectie is zelfs de laagste in de hele regio. Zijn we daarmee een prijsvechter? Nee, wij bieden gespecialiseerde diensten op maat en onze resultaten zijn vaak verbluffend. Een keer kennismaken? Wij maken graag tijd voor u vrij!

Roald Bergamin,
Nedflex Nijmegen

Uitzenden | Horeca | Agrarisch | Backoffice



Sander Hendrix en Aida Papilaja - Hendrix (MANNA en Hotel Blue):

'Alles draait om PPI'

'Elk nadeel heb z'n voordeel'. Een uitermate afgezaagd cliché, maar zoals altijd met clichés, het is wel waar. Dat gold zeker ook voor Sander Hendrix en Aida Papilaja - Hendrix, die tijdens de verschillende lockdowns de rust namen om elk onderdeel van hun organisatie eens echt kritisch te bezien. Wat ging goed, wat kon beter, maar vooral ook waar liggen kansen? Dat leidde tot kleine veranderingen en soms tot echte innovaties en nieuwe concepten. "Volgens het PPI-principe (People, Pricing & Inspiration) onze eigen aanvulling op de drie P's van people, planet & profit."

// De afgelopen twee jaar stonden we van 's ochtends vroeg tot 's avonds laat aan", vertelt Sander. "De adrenaline stroomde volop, dat moest wel, want onze standaardoperatie – gasten verwennen in onze hotels en restaurants – kwam regelmatig tot stilstand of werd in elk geval zwaar gehinderd. Dan gaat het er om dat je creatief wordt, nieuwe mogelijkheden ontdekt en uitbouwt tot waardevolle bijdragen aan je exploitatie. MANNA en Hotel

Blue zijn daardoor gegroeid en vooral onze medewerkers hebben grote stappen gemaakt."

OPERATIONS & EDUCATION

Die veranderingen hadden ook te maken met de rol van Sander en Aida. "Misschien vooral met mijn rol", vertelt Sander. "Veel meer op de achtergrond, natuurlijk nog altijd druk met mensen begroeten, handjes geven, praatjes maken, maar ik ben niet elke dag of elk uur meer aanwezig.

Corona heeft zijn sporen ook bij ons tweeën achtergelaten, dat merkten we vooral begin dit jaar, we waren erg moe, maar half april ging de knop weer om. We gingen het anders doen. Ik neem bijvoorbeeld veel vaker tijd om te reflecteren op wat we doen. Gewoon nadenken, je gedachten de vrije loop laten. Dat kan, omdat we de operatie op orde hebben. Ons personeelsbestand is met 94 personen op de payroll compleet, daar maken we ons geen zorgen om. Wat wij graag wilden is dat die operatie minder afhankelijk zou worden van Aïda en mij. Ook als wij er niet zijn moet alles vlekkeloos verlopen of misschien moet ik zeggen, juist als wij er niet zijn. Daarvoor hebben we meteen in corona de eerste stappen gezet door medewerkers het vertrouwen te geven, ze de verantwoordelijkheid te geven die ze aankunnen en dat is in de meeste

gevallen uitstekend verlopen. Mensen kunnen veel meer dan ze denken, je moet ze alleen een klein zetje geven, ze

ons mogen verwachten en ze zijn opgeleid om aan die verwachtingen te voldoen. Vertrouwen is daarin het sleutelwoord.”

PEOPLE

De presentatie van het kabinet Rutte III bracht Sander en Aïda op een idee. “Het vorige kabinet bestond uit vijftien ministers en staatssecretarissen, nu stonden er plotseling tien meer op het bordes. Rutte had taken verdeeld en nieuwe functies gecreëerd. Hij had de verantwoordelijkheden gespreid. Dat levert meer aandacht per onderwerp op en naar verwachting minder overwerkte ministers. Dat was een goed idee en dat hebben wij ogenblikkelijk ingevoerd. Gewoon medewerkers die het klappen van de zweep binnen MANNA en Hotel Blue kennen nieuwe taken gegeven. Nu hebben we bijvoorbeeld een

‘Het gaat er om dat je nieuwe mogelijkheden ontdekt en uitbouwt tot waardevolle bijdragen aan je exploitatie’

helpen als er een keer iets fout gaat en ze verder hun gang laten gaan. Onze medewerkers weten wat gastvrijheid is, ze weten wat onze gasten van



medewerker die als manager operations & education verantwoordelijk is voor de ontwikkeling van ons personeel. Geen HR-taak, maar bijvoorbeeld de scholing en opleiding van medewerkers stimuleren, niet alleen in woord, maar vooral in daden. Iedereen heeft een persoonlijk ontwikkeltraject passend bij zijn functie en voorkeuren. Ze volgens cursussen en maken excursies, de manager volgt iedereen in zijn ontwikkeling. Zo benut je de mogelijkheden van je medewerkers veel beter en je biedt ze tegelijkertijd volop ontwikkelingskansen. Dat werkt."

PRICES

Sander en Aida gingen gestaag verder met het professionaliseren van de verschillende taken in hun bedrijf. "Neem sales. Onze nieuwe salesmanager is ook een inspiratiebron voor zowel de front- als

de backoffice, ze is een enorme aanwinst voor ons bedrijf." Sander is afgestapt van het idee dat MANNA en Hotel Blue hip, hot & happening zijn. "Dat zijn

'Mensen kunnen veel meer dan ze denken, je moet ze alleen een klein zetje geven'

we natuurlijk wel, maar daar mag je niet in blijven hangen, we moeten onszelf steeds weer opnieuw uitvinden, meerwaarde toevoegen voor de gast en voor medewerkers. Daar heb je inspirerende mensen voor nodig en die hebben we." En dan de Tweede P,





die staat voor prijzen. “De geopolitieke situatie zorgt voor een hoge inflatie en ongekende prijsstijgingen. Wij strijden dagelijks met leveranciers om de prijsstijgingen binnen de perken te houden, maar hoe doe ik dat met Essent? De personeelslasten zijn met zo’n 20 tot 25% gestegen, de inkoop van bijvoorbeeld vlees en vis met 25 tot wel 40%. Dat betekent ook voor ons dat prijsstijgingen bittere noodzaak zijn. Daarom hebben we de toeslagen op de overnachting (taxes & charges) verhoogt van 3,50 naar 5,50 per gast per nacht. Dat zien we als een energietoeslag. Ik voorzie dat ook de prijzen voor food & beverage

in de gehele horeca op korte termijn gaan stijgen. Dat zal bij ons dan ook gepaard gaan met de introductie van mooiere en exclusieve producten, zoals de frisdranken van Double Dutch en Russell & Co, veel lekkerder en veel minder suiker.”

‘Positivisme is besmettelijker dan corona’

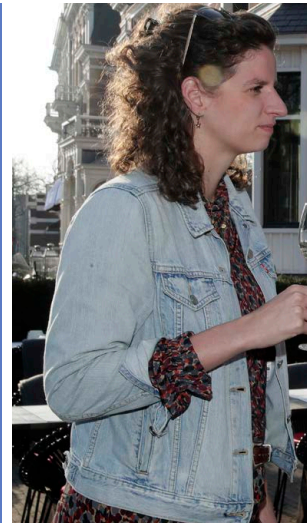
INSPIRATION

Dat zal volgens Sander en Aïda niet voldoende zijn. Een belangrijk onderdeel is ook de verdere uitbouw van ideeën die de afgelopen twee jaar zeer succesvol bleken. “Onze Christmas Take Away & Delivery, 1600 viergangen menu’s afgelopen jaar. Door het concept iets aan te passen kunnen we daar nog in groeien, in aantal en in kwaliteit. Vorig jaar zijn we ook gestart met MANNA’s thematische kerstpakketten. Gin & Cigars, It’s all about bubbles, MANNA’s Mediterranean Way en Erotic Christmas sloegen enorm aan, ook daarin gaan we dit jaar stappen zetten.”



DE ZON SCHIJNT WEER!

De zon scheen, letterlijk en figuurlijk op 23 maart van dit jaar, toen we weer voor de eerste keer een Change-borrel konden organiseren. Hoofdgasten waren Robert Langes en Peter Brandt van Henk Scholten Volvo. Lekker buiten op het terras van Blue en natuurlijk gevolgd door een 'Table for ten'-diner. Het voelde als vanouds. Op naar de volgende!



48

>







Over solidariteit en identiteit

Zowel op macro- als op micro-niveau is er een behoorlijke mate van solidariteit te merken met Oekraïne en de Oekraïners. De politiek is bereid om offers te brengen om Oekraïne te steunen, vluchtelingen zijn welkom en veel mensen, in ieder geval in mijn omgeving, vinden het vanzelfsprekend dat we steun verlenen aan dit land en deze mensen. Die steun gaat zelfs zo ver dat we een jarenlang voorzichtig beleid van “pamperen en nathouden” richting Poetin in sneltreinvaart loslaten. En dat we bereid zijn risico's te lopen o.a. m.b.t. onze eigen energievoorziening. Ook mensen die niet echt voorstander zijn van vluchtelingeninstroom vinden het opvangen van Oekraïners wel acceptabel. En mensen zijn zelfs bereid hun huis open te stellen. Het zijn ook afschuwelijke beelden die via de TV onze huiskamers bereiken. En duidelijk lijkt mij dat de Russen oorlogsmisdaden plegen (De Oekraïners ook?).

Solidariteit is primair een gevoel van verbondenheid, soms wordt er zelfs gesproken over lotsverbondenheid. Er is een gevoel van herkenning tussen twee groepen. Dat kan bijvoorbeeld gebaseerd zijn op een besef van wederzijdse afhankelijkheid of een gevoel van gedeelde waarden of doelen. Bij Oekraïne zie je bijvoorbeeld verwoord dat zij vechten voor de democratie; onze democratie tegenover de Russische autocratie en dictatuur. Ook hoor je vaak de constatering dat deze agressie in Europa gebeurt; wij Europeanen moeten elkaar steunen. Het Europeaan zijn als kennelijke basis van solidariteit.

Ik zag laats een talkshow waarin iemand betrokken bij het vluchtelingenwerk zich boos maakte over het feit dat wij zo'n verschil maken tussen bijvoorbeeld Afghaanse en Syrische vluchtelingen en Oekraïense vluchtelingen, maar je kunt je hoogstens afvragen waarom er evidente verschillen in solidariteit zijn. Verbondenheid voel je wel of voel je niet. Dat nog afgezien de plicht, maar dat is iets anders dan solidariteit, om mensen te helpen die in nood zijn.

Solidariteit is gebaseerd op medeleven en dat is iets anders dan medelijden. In medelijden zit, ondanks het woord (samen lijden) iets ongelijks; ik help jou omdat ik het beter heb dan jij. Medelijden is gebaseerd op een waargenomen verschil en niet op verbondenheid (je één voelen). Ik weet nog dat tijdens een vakantie in Thailand een van mijn kinderen geld moest geven aan elke bedelaar die we tegenkwamen, vooral als ze heel zielig er uitzagen. Dat vooral aan het begin van de vakantie. Na een maand werd het gevoel van medelijden vaak overstemd door ergernis (laat mij toch eens met rust). Doordat alle bedelaars iets van jou willen kan je uiteindelijk overvraagd worden in de confrontatie met hun leed. En de put lijkt bij zoveel bedelaars ook bodemloos. In geval van Oekraïne - Rusland lijkt mij duidelijk dat er sprake is van een agressor en van een verdediger, een dader en een slachtoffer. Maar is dat de belangrijkste basis van onze solidariteit? Solidair met een slachtoffer.

Solidariteit hangt ook samen met identiteit, het beeld dat je van zelf hebt, ook in relatie tot jouw sociale omgeving. Bij wie vind jij jezelf horen en bij wie niet. Wie zie je als “wij” en wie als “zij”. Van wie zien we vooral de goede dingen en van wie vooral de slechte zaken? Waar liggen de grenzen van onze solidariteit? Bijvoorbeeld als de Oekraïners tot “het oneindige” willen blijven doorvechten? We willen nu helpen met het opbouwen van Oekraïne. Doen we dat ook met de gebieden die blijvend door Rusland bezet gaan worden? Hoewel die gebieden het meest hebben geleden. Switchen die slachtoffers van “wij” naar “zij” en zien we ze als de verantwoordelijkheid van Rusland?

Wouter van der Loon

Pensionado en organisatiecoach

Juli 2022



eberson
Communicatie

BACK_{IN}BUSINESS

— www.ebersoncommunicatie.nl —

St. Jacobslaan 475 • 6533 VH Nijmegen
M 06 - 53 65 64 32 • info@ebersoncommunicatie.nl

*Bekijk hier jouw
nieuwe baan*



Niets zo veranderlijk als de
Arbeidsmarkt

024 202 0009
info@nedflexnijmegen.nl

Nedflex Nijmegen.nl

Uitzenden MKB, Interim-management, ZZP & Recruitment