

BUSINESS®

A man with a beard and a woman with long hair are smiling and standing in front of a blue wall. The man is wearing a dark suit jacket over a white shirt. The woman is wearing a dark blazer over a leopard print top.

Amega Fleet helpt klanten bij de transitie naar duurzame mobiliteit

X

Samenwerking van As Autoschade en RAC al bijna 30 jaar succesvol

12

NexTech: André Boer neemt stokje over van voorzitter Joop Hylkema

14

Meld uw bedrijf aan voor de Innovation Award ZHZ 2020

I-PACE BUSINESS EDITION

WINNAAR WORLD CAR OF THE YEAR



BIJTELLING VANAF € 299 PER MAAND*

De volledig elektrische Jaguar I-PACE is winnaar van de World Car of the Year 2019 – en meer dan 60 andere prijzen. Als Business Edition is deze rijk uitgeruste Jaguar I-PACE nog aantrekkelijker, met een lage netto bijtelling vanaf € 299 per maand. Bovendien biedt de Business Edition aantrekkelijke leasevoorwaarden zoals Financial Lease vanaf € 599 per maand** inclusief laadpunt. De Jaguar I-PACE Business Edition is beschikbaar vanaf € 73.900.

Profiteer t/m 31-12-2019 nog van 4% bijtelling over de eerste € 50.000 op een Jaguar I-PACE uit voorraad.

RAC Dordrecht

Mijlweg/Nijverheidstraat 10 (Autoboulevard A16) Dordrecht
078 72 00 888

dordrecht.jaguar.nl



WINNER
2019 WORLD CAR AWARDS

WORLD CAR OF THE YEAR
WORLD CAR DESIGN OF THE YEAR
WORLD GREEN CAR

Gecombineerd verbruik: 21,2 kWh/100 km, CO₂-emissie 0 g/km, actieradius tot 470 km (WLTP) is afhankelijk van diverse factoren zoals weersomstandigheden en rijstijl. Consumentenprijs vanaf € 73.900 incl. BTW, BPM, registratiekosten, recyclingbijdrage en kosten rijklaar maken.

*Op basis van de hoogste belastingschijf 2019 (51,75%), een fiscale waarde van € 72.475 (I-PACE 20MY) en een bijtelling van 4% over de eerste € 50.000.

**Het zakelijke financieringsaanbod betreft een Financial Lease via Jaguar Financial Services, handelsnaam van FCA Capital Nederland B.V. Financieringsvoorbeeld op basis van 60 maanden, aanbetaling en slottermijn. Informeer naar de actieperiode, voorwaarden en een passende offerte. Wijzigingen en fouten voorbehouden.

Wat een dynamiek...!

De energietransitie vult de kranten en domineert het nieuws. Allerlei overheidsmaatregelen moeten ertoe bijdragen dat we met elkaar -als samenleving- zorgen voor de nakoming van de wereld klimaatafspraken. Maar ook verschillende bedrijven in onze regio dragen actief hun steentje bij. Bedreigingen omzetten in kansen. Door alle dynamische veranderingen heen de uitdagingen zien. Ondernemerschap vraagt om visie en durf. U kunt er over lezen in dit nieuwe nummer van Port of BUSINESS Drechtsteden. Verschillende ondernemers springen op een innovatieve en inventieve wijze in op deze veranderingen. Voorbeelden? Fietsen in plaats van autorijden, bedrijfsauto's die emissieloos rijden, de PFAS problematiek, het beperken van de uitstoot van CO₂ en stikstof reductie effectief aanpakken. Het zijn belangrijke thema's.

In de regio Drechtsteden zijn veel innovatieve bedrijven te vinden. Bedrijven die investeren in de toekomst. In dat kader is de vooraankondiging van de Innovation Award ZHZ 2020 lezenswaardig. Op woensdag 27 mei 2020 is het weer zover. Maar ook de verkiezing TOPVROUWEN 2020 is een evenement dat de volle aandacht krijgt. Ook het succesvolle Port of BUSINESS event 'Voorne-Putten Futureproof' krijgt een terugblik. Een volle zaal, boeiende sprekers, een levendige discussie en een uitstekende netwerkbijeenkomst. Kortom, er is weer veel te lezen in uw zakelijk lijfblad.

Ondernemers moeten veel balletjes tegelijkertijd in de lucht houden. Klanten, medewerkers, marketing, verkoop, fiscaliteit en administratie vragen de volle aandacht. In de verschillende columns gaan deskundigen hierop in. Doe er uw voordeel mee. Wij informeren u graag over deze thema's. In dit nummer hebben wij speciale aandacht voor de transport- en logistieke sector. Voor de Drechtsteden een belangrijke bedrijfstak. Lees in dit kader ook over de mobiliteit in onze regio.

We gaan de gezelligste maand van het jaar in. Een mooi moment om met elkaar resultaten te vieren, te evalueren en mooie plannen te maken voor de toekomst. In dit nummer vindt u al deze aspecten terug. Wij wensen u dan ook veel leesplezier. Wellicht ontmoeten we elkaar ergens in onze dynamische regio!

Kees van 't Zelfde

E: kees@portofbusiness.nl



Inhoud

- 03** | voorwoord | Wat een dynamiek...!
- 06** | coverstory | Amega Fleet
- 10** | artikel | Amega als fietsambassadeur
- I** | verslag | congres Voorne-Putten Futureproof
- VI** | artikel | Harry Geerlings
- X** | artikel | Van As Autoschade en RAC
- XIX** | artikel | HJ Media Groep
- XXIII** | verslag | bladpresentatie Port of BUSINESS
- 12** | artikel | NexTech
- 14** | artikel | Innovation Award ZHZ 2020



**Column
Verstegen**

11

**Column
CJBD**

18

Columns

- XIII** | column | Visser & Visser
- XXI** | column | Hans Klaasse
- 11** | column | Verstegen
- 17** | column | Werkgevers Drechtsteden
- 18** | column | CJBD





**Column
Werkgevers
Drechtsteden**

17



Colofon

ZAKENMAGAZINE VOOR ZUID-HOLLAND ZUID | nummer 7, november 2019 EEN UITGAVE VAN HJ Media Producties BV | Voorzand 24 | 2984 BH Ridderkerk | T: (0180) 331600 | E: info@portofbusiness.nl | I: www.portofbusiness.nl
UITGEVER | Hendrik Jan van der Rhee. COMMERCIEEL DIRECTEUR | Kees van 't Zelfde. EINDREDACTIE | Bianca van Helden. REDACTIE | Annemieke Kuiper, Sabine Bison, Kees van 't Zelfde, Hans Klaasse. COLUMNS | Jan van Neerbos (Verstegen accountants en adviseurs), Jacob Klink (Werkgevers Drechtsteden), Harry Eskes (CJBD), Erik Klop (Visser & Visser), Hans Klaasse (HJ Media Groep). FOTOGRAFIE | Annemieke Kuiper, Sabine Bison, Rens Bok. VORMGEVING | Sanne Mudde. VERKOOP | Kees van 't Zelfde, Jurgen Klapwijk. DRUK | Drukkerij Van den Berg BV, Zwijndrecht



Amega Fleet helpt klanten bij de transitie naar duurzame mobiliteit

Redactie: Bianca van Helden Fotografie: Annemieke Kuiper

Amega Fleet levert een groot aantal producten en diensten voor bedrijfs-wagenparken. Hierbij biedt zij geheel op maat totaaloplossingen op het gebied van fleetmanagement en mobiliteitsoplossingen. Oplossingen die de laatste jaren sterk aan het veranderen zijn en waarbij duurzame mobiliteit een belangrijke rol speelt.

We spreken hierover met Alexandra Severijn (accountmanager fleetsales aftersales) en Jacob Huijser (manager fleetsales & leasing) van Amega Fleet. Zij leggen uit wat de transitie op het gebied van mobiliteit inhoudt en waarom zij klanten adviseren en inspireren om die beslissende stappen naar duurzame mobiliteitsoplossingen te zetten.

Vooraan lopen

Huijser: "Je verwacht het misschien niet van een autobedrijf, maar duurzame mobiliteit is van elementair belang geworden in de filosofie van Amega. De vraag naar mobiliteit stijgt nog steeds, maar de bereikbaarheid verslechtert en mobiliteit heeft een directe impact op het milieu. Om gehoor te geven aan het klimaatakkoord en de klimaatconferentie in Parijs om wereldwijd tot een sterke reductie van het broeikasgas CO2 te komen, hebben wij onze duurzaam ondernemen missie en visie aangepast. Daarbij spelen ook de stikstofcrisis en de zogenaamde autobrief

een belangrijke rol." Severijn vult aan: "De milieudoelen die in 2015 in het klimaatakkoord van Parijs werden afgesproken hebben wij omgezet in concrete doelen, met als hoofddoel 49% minder CO2-uitstoot in 2030 ten opzichte van 1990. Bij Amega vinden wij het belangrijk om onze verantwoordelijkheid te nemen en vooraan te lopen bij het realiseren van deze doelstelling."

Maatschappelijke verantwoordelijkheid

We zijn benieuwd waarom een automotive-onderneming vooraan zou willen lopen in de strijd tegen CO2-uitstoot en een betere bereikbaarheid. "Wij verkopen mobiliteit en wij vinden het onze maatschappelijke verantwoordelijkheid om duurzaam te ondernemen. We hebben in de EU met elkaar afgesproken om in 2030 minimaal 49% minder CO2-uitstoot te reduceren en omdat Nederland zelfs koploper wil zijn, zet zij in op een reductie van 55%. Daarvoor moeten er enor-



Amega Groep B.V.

Laan der Verenigde Naties 95
3316 AK Dordrecht

T: 078 - 6321370
E: info@amega.nl
W: www.amega.nl

me stappen gemaakt worden en zoekt de overheid 1.000 bedrijven die de CO2-uitstoot van hun zakelijke mobiliteit willen halveren. Amega wil er daar één van zijn”, zegt Huijser. Hij is van mening dat je als dealerbedrijf relevant moet zijn en je nek moet durven uitsteken. “Als je als bedrijf over twintig jaar nog wil bestaan moet je tijdig die omslag durven maken. Wij willen voor onze klanten duurzame mobiliteitsoplossingen mogelijk maken.”



Bij Amega vinden wij het belangrijk om onze verantwoordelijkheid te nemen en vooraan te lopen”

Mobiliteitspakketten

Huijser geeft toe dat niet verplaatsen de beste oplossing zou zijn. “Het is goed voor het milieu, bespaart geld en veroorzaakt geen file.” Het is volgens hem echter niet realistisch. “In de praktijk blijft er vraag naar mobiliteit. Daarom leveren wij naast een groot palet van auto’s met schone technieken, zoals elektrische en hybride aandrijvingen, ook een diversiteit aan duurzame mobiliteitsoplossingen die aansluiten bij de mobiliteitsbehoefte van onze klant. Bijvoorbeeld een mobiliteitspakket waar de auto onderdeel van uitmaakt.” Severijn legt uit wat dat betekent. “Met de mobiliteitspakketten kan de auto als ver-

voermiddel gecombineerd worden met het ov, de fiets, een deelauto, et cetera. Als we niet op een andere manier omgaan met mobiliteit staan alle wegen vol. Door slim om te gaan met mobiliteit en op zoek te gaan naar verbindingen kan dat tijd en geld besparen en beperk je ook nog eens de impact op het milieu. Wij willen onze klanten hierin adviseren en inspireren.”

Concessies

Daarmee komen we op de vraag hoe bedrijven reageren op de missie van Amega (Fleet) om klanten te helpen met de transitie naar duurzame mobiliteit. “Steeds meer klanten staan hiervoor open en informeren ook zelf naar de mogelijkheden. Er is werkelijk wat aan de hand en bedrijven en organisaties willen hun verantwoording nemen om zo hun steentje bij te dragen”, antwoordt Huijser. Severijn haakt hierop in: “Het is nu het moment om na te denken wat je als bedrijf kunt doen. Als iedereen wacht tot de hele wereld om is dan gebeurt er nagenoeg niets. Natuurlijk moeten er concessies gedaan worden, maar die blijken in de praktijk minder lastig dan van tevoren gedacht. Hoe vaak rijd je nu werkelijk naar Zuid-Frankrijk? Dat is waarschijnlijk hooguit één keer per jaar en daar zijn dan weer oplossingen voor te bedenken. Duurzaam rijden vraagt om een andere manier van denken en gedragsverandering. Ik vergelijk het weleens met een encyclopedie, daar kijkt bijna niemand meer in omdat we tegenwoordig alles opzoeken via google. Nieuwe gebruiken wennen snel. Bovendien zullen de mogelijkheden om duur



Over Amega Fleet

Amega Fleet is een onderdeel van de Amega Groep, een groeiende en winstgevende organisatie in de automotive branche in de regio Zuid-Holland Zuid. Amega is onder andere actief met dealerschappen van de merken Volkswagen, Audi, Seat, Škoda (Ames), Opel (Van Mill), Volvo (SvensCar) en Hyundai (H-Point). Amega Fleet levert u een groot aantal producten en diensten voor uw bedrijfswagenpark. Van enkele auto’s tot omvangrijke wagenparken, Amega Fleet biedt voor u als fleetowner geheel op maat totaaloplossingen op het gebied van fleetmanagement of naar wens kunt u modulair gebruik maken van de mobiliteitsoplossingen.



Alexandra Severijn (accountmanager fleetsales aftersales) en Jacob Huijser (manager fleetsales & leasing) van Amega Fleet.



zaam te rijden op korte termijn alleen maar toenemen, net als de actieradius wat nu nog weleens als een struikelblok gezien wordt.”



We zijn slechts rentmeesters van de aarde en zijn verplicht om er goed mee om te gaan”

Gewaardeerd

Huijser vertelt dat klanten enthousiast reageren op de campagne om het bewustzijn over duurzame mobiliteit te vergroten. “Wij hebben onze relaties aangeschreven met de vraag of wij ze mogen bijpraten over de klimaatdoelen, de stikstofcrisis en de afspraken die op Prinsjesdag zijn gemaakt, waarbij alle fiscale afspraken uit het klimaatakkoord vrijwel direct in de wet zijn opgenomen. Wij zitten met klanten aan tafel om op heldere en begrijpelijke wijze uit te leggen over wat er in de wereld aan de hand is en wat de gevolgen voor de business zijn. Wij proberen zaken inzichtelijk te maken. Onder andere door voor te leggen wat het verschil in uitstoot is bij een benzine- of dieselauto ten opzichte van een elektrische of waterstofauto. Dat kun je namelijk tot op de liter uitrekenen.” Amega Fleet heeft goed begrepen dat daarvoor de juiste kennis in huis

moet zijn. Severijn: “Wij trainen onze mensen in duurzame mobiliteit. Alleen als je de feiten kent, kun je je klanten op een constructieve manier vertellen wat er speelt, zodat zij de beste keuzes kunnen maken. Dat wordt enorm gewaardeerd door onze relaties.”

Het moment

Het gedreven duo stelt dat Amega Fleet ook werkelijk kan helpen bij die overstap naar duurzame mobiliteit. Huijser: “Vanwege het grote merkenpalet dat wij verkopen, bieden wij een mooie mix van zuinige en emissieloze auto’s, zoals elektrische, groengas, waterstof en hybride modellen. Bovendien zal het aanbod de komende jaren versneld toenemen.” Voor een volledig emissieloos wagenpark is het volgens Huijser voor de meeste bedrijven en organisaties nog te vroeg. Echter is volgens hem nu wel het moment gekomen om de eerste stappen te zetten. “Het inzetten van zuinigere aandrijflijn levert in veel gevallen al veel op. Dat kan voor de één de overstap van diesel- naar een benzineauto zijn, voor de ander van benzine- naar een hybride of groengasmodel en voor weer iemand anders van hybride naar elektrische of zelfs waterstofauto. Elke stap is er één voorwaarts. Door nu te kiezen voor duurzamere mobiliteitsoplossingen komen we dichterbij een volgende stap en moedigen we anderen aan om ook bewustere keuzes te maken.”

Klanten aan het woord

Amega Fleet helpt haar relaties bij de transitie naar duurzame mobiliteit. In de praktijk blijken de gevolgen vaak minder lastig dan gedacht. Drie klanten van Amega Fleet vertellen hoe zij hun wagenpark verduurzamen.

‘De transitie kan ons niet snel genoeg gaan’

Arjan Kraaijeveld van GKB

“Wij zijn heel hard bezig om onze mobiliteit verder te verduurzamen. We rijden momenteel in verschillende hybride auto’s en hebben sinds kort ook een waterstofauto die prima rijdt. We begrijpen dat we zo niet door kunnen gaan en daarom kan die transitie ons niet snel genoeg gaan. Dat vinden wij, maar ook de markt vraagt daar om. Wij werken veel voor de overheid en onze opdrachtgevers vragen specifiek naar een duurzaam management. Om goed op de hoogte te blijven over de ontwikkelingen, voeren we regelmatig gesprekken met Amega Fleet. Zij weten wat er speelt en lopen op de zaken vooruit. Zodra er nieuwe duurzame modellen gelanceerd worden, laten ze het ons direct weten.”

‘De concessies die we moeten doen vallen reuze mee’

Leon Spek - Bomenwacht

“Als groenbedrijf streven wij ernaar om in 2024 voor 95% emissieloos te rijden. Voor elke auto die er nu bij ons uitgaat komt er een elektrische auto voor terug. We maken op dit moment nog gebruik van hybride-, benzine- en dieselauto’s, maar willen versneld overgaan op elektrische auto’s. Altijd uit de collectie van Amega. Zo rijden we al met veel plezier in de elektrische VW e-Golf en Audi e-tron. De concessies die we

moeten doen vallen reuze mee. Het is vaak een kwestie van plannen. Voor het fleetmanagement ontzorgt Amega Fleet ons volledig. Steevast met een open en oprecht verhaal. Amega Fleet ondersteunt ons ook met de praktische kant, denk aan laadoplossingen. Bovendien hebben zij ons geholpen om de kosten inzichtelijk te maken. We zijn erachter gekomen dat emissieloos rijden niet meer geld hoeft te kosten, en dat kan in de toekomst alleen nog maar beter worden.”

‘Amega Fleet is een fijne partner om mee samen te werken’

Peter Veenstra Blokland Non Ferro

“Binnen Blokland Non Ferro BV speelt duurzaamheid een belangrijke rol. Wij zijn al een tijdje bezig om ons bedrijf te vergroenen. Wij kiezen daarom niet voor niets voor duurzame auto’s, waarbij wij ons graag laten adviseren door Amega Fleet. Een fijne partner om mee samen te werken omdat ze ons volledig kunnen ontzorgen. Bovendien heeft zij een ruim duurzaam assortiment om uit te kiezen. Bijna alle auto’s waarin we rijden zijn zuinig en hebben geen of een beperkte uitstoot. Ik ben zelf blij dat ik voor de Hyundai Nexu heb gekozen. De auto rijdt geweldig en er komen helemaal geen schadelijke stoffen vrij. We zijn slechts rentmeesters van de aarde en in die tijd dat we hier mogen zijn, zijn we verplicht om goed met de wereld om te gaan.”



Ook bij relatie van Amega Fleet, Blokland Non Ferro BV speelt duurzaamheid een belangrijke rol.



Amega omarmt de fiets

Amega is door het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat benoemd tot fietsambassadeur. En dat klinkt voor een buitenstaander misschien wat wonderlijk: een automotive-bedrijf dat serieus werk maakt van fietsstimulering? Bij Amega Groep is het inmiddels de normaalste zaak van de wereld.



Wij willen graag voorop lopen en de beste zijn"

- Leen de Koning

Directeur Leen de Koning van Amega Groep heeft een sluitende verklaring. "Verkeersdrukke is, ook in de regio Zuid-Holland-Zuid waar wij actief zijn, een serieus probleem. Ik ben ervan overtuigd dat we op een andere manier gebruik moeten gaan maken van de auto, anders slijbt alles dicht. En dan is onze businesscase voorbij. Auto's zijn nu eenmaal niet gemaakt om stil te staan."

Als fietsambassadeur hoopt Leen de Koning te leren van collega-ambassadeurs. "Wij willen graag voorop lopen en de beste zijn. Dat proberen we in ons dagelijks werk en op het gebied van duurzaam vervoer, maar we zijn er nog lang niet. Toch krijgen we ongelooflijk veel positieve reacties. Binnen het bedrijf ontstaat een gevoel van trots en extern laten we zien dat we graag willen én dat

overheid en bedrijfsleven het samen moeten doen. Dat gevoel, daar komen we verder mee."

Hoewel Amega het fietsambassadeurschap omarmt, hoeft niet 'iedereen' op de fiets naar het werk. De Koning: "We zijn nu eenmaal een auto-bedrijf. Een deel van onze medewerkers heeft een leaseauto die ook als demovoertuig kan worden ingezet." Doelstelling voor dit jaar is 30 medewerkers 'uit de spits halen', met name door inzet van de fiets. "Dat gaan we halen", zegt De Koning, die op de langere termijn nog meer groeipotentie ziet. "De nieuwe overheidsregeling voor de 'fiets van de zaak', die op 1 januari 2020 ingaat, is een gouden zaak. Dat gaat echt mensen uit de spits halen."

Bekijk hier de video!



WELKOM

PORT OF
BUSINESS

**KICKERS
BLOEM 3**



gemeente
NISSEWAARD

wea

DELTA

Rabobank

**Inspirerend congres Voorne-Putten
Futureproof**



Inspirerend congres Voorne-Putten Futureproof

Redactie: Annemieke Kuiper en Bianca van Helden Fotografie: Rens Bok

De industrie en het havengebied zijn belangrijke sectoren voor de regio Voorne-Putten. Maar voor een toekomstbestendig Voorne-Putten zijn zeker ook andere sectoren zoals onderwijs, toerisme en recreatie van belang. Daarbij zijn er ook essentiële randvoorwaarden zoals bereikbaarheid en ontsluiting. Reden voor Port of BUSINESS om samen met partners Delta Development Group, Gemeente Hellevoetsluis, Kickersbloem 3, Rabobank en WEA Accountants & Adviseurs op 15 oktober het congres Voorne-Putten Futureproof te organiseren.

Het belang van dit congres werd onderstreept door de vele aanwezigen in het schitterende theater de Stoep in Spijkenisse. Zij luisterden geboeid naar de verschillende sprekers die op eigen wijze verduidelikten wat de huidige situatie is en wat de mogelijkheden voor het gebied zijn. De opening door Foort van Oosten, burgemeester van gemeente Nissewaard zette direct de toon en inspireerde de overige sprekers. Hij vertelde over de diversiteit en bedrijvigheid van Voorne-Putten. "De regio Voorne-Putten is prachtig en tegelijkertijd is er werk aan de winkel om onze blik op dit gebied te verbeteren en ook de jongeren een goede toekomst te bieden."

Regionale ontwikkeling

Na de opening van het congres door Van Oosten was het tijd om regionale ontwikkelingen op een rijtje te zetten. Frits Oevering, senior onderzoeker bij Raboresearch Nederland gaf ons allerlei feiten en cijfers over Voorne-Putten in vergelijking met andere regio's in Nederland. Volgens hem blijft de werkgelegenheidsgroei achter ten opzichte van het landelijk gemiddelde, daalt de werkgelegenheidsfunctie en krijgt Voorne-Putten steeds meer een woonfunctie. Over het vestigingsklimaat zei hij: "De ligging is een forse pre ten opzichte van het landelijk gemiddelde en ook is het een veilig gebied in de onveilige Rotterdamse regio." Zijn



verhaal leverde een veelkleurig beeld op en gaf voldoende stof tot discussie voor het vervolg van het congres.

Kansen en trots

Moderator van de bijeenkomst, Cees Vingerling introduceerde vervolgens Caspert van der Wel, directievoorzitter Rabobank Zuid Hollandse Eilanden en Léon Soeterboek, wethouder van de gemeente Nissewaard op het podium. Vingerling vroeg welke kansen Van der Wel zag voor de regio. "We moeten met elkaar de kracht van de regio benutten, innovaties aanwakken en initiatieven met elkaar realiseren." Volgens Soeterboek is het eveneens belangrijk om focus met elkaar aan te brengen en om een kernboodschap te formuleren. Na het inspirerende duo-gesprek werd André Oostveen, venoot bij WEA Accountants & Adviseurs, geïnterviewd. Hij zei dat de gepresenteerde feiten en cijfers van de presentatie van Oevering heel herkenbaar zijn. Tegelijkertijd is het volgens hem belangrijk om vooral heel trots te zijn op Voorne-Putten en om dit ook te benoemen en vanuit die trots verder te groeien.

Kickersbloem 3

Ook de volgende spreker Ton van der Schelde, commercieel projectdirecteur bij Kickersbloem 3, ziet prachtige mogelijkheden voor Voorne-Putten. Gepassioneerd vertelde hij over Kickersbloem 3, het nieuwe bedrijvenpark in Hellevoetsluis. "De re-

alisatie van Kickersbloem 3 is op dit moment de grootste economische ontwikkeling in Voorne-Putten. Het zal alleen al 2500 tot 3000 directe banen opleveren." Tevens stelde hij dat niet alleen ondernemers uit Voorne-Putten en de regio Rijnmond geïnteresseerd zijn om zich maar zeker ook grote partijen uit België, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk om zich hier te vestigen."

Als het om Kickersbloem 3 gaat kan het niet anders dan dat Delta Development Group ook aan bod komt. Het bedrijf zal 10ha op het bedrijventerrein circulair ontwikkelen. Rob van de Broek, directeur van de vastgoedontwikkelaar, vertelde over innovatieve cradle to cradle nieuwbouw en hoe het bedrijf dit op Kickersbloem 3 gaat toepassen. "In onze filosofie is het essentieel om niet alleen naar het gebouw te kijken maar de totale omgeving erbij te betrekken. Wij kiezen voor een geïntegreerde ecologische gebiedsaanpak met groene ruimte tussen de gebouwen. Het resultaat is een inspirerende, gezonde en productieve werkomgeving. De gebouwen worden gekenmerkt door het gebruik van circulaire bouwmaterialen, overdadig daglicht, veel groen en aandacht voor prettig akoestiek."

Samen

Vervolgens betrad Aart-Jan Spoon, wethouder van de gemeente Hellevoetsluis het podium voor een interview. Vingerling vroeg hem waar hij het



Rob van den Broek - Commercial Director Delta Development Group



Ton van der Schelde - Commercieel projectdirecteur bij Kickersbloem 3



Foort van Oosten - Burgemeester gemeente Nissewaard



André Oostveen - Venoot bij WEA Deltaland vestiging Brielle



Michiel Muller - Oprichter Picnic en Route Mobiel



Aart-Jan Spoon - Wethouder Hellevoetsluis

meest trots op was. "Ik ben trots op heel Voorne-
Putten, het is Nederland in het klein. Bijvoorbeeld
door de nabijheid van industrie, de Rotterdamse ha-
ven en tegelijkertijd de aanwezigheid van natuurge-
bieden en de rust die het eiland biedt." Volgens
Spoon is het essentieel om te blijven investeren, bij-
voorbeeld in de toeristische sector en bereikbaar-
heid en ontsluiting van de regio. Ook vindt Spoon
het van belang om niet steeds met elkaar de nega-
tieve punten te benadrukken. Het is volgens hem
zaak om de juiste partners te zoeken en aandacht te
vragen daar waar het kan en moet. "Samen maken
we Voorne-Putten nog sterker."



Samen maken we Voorne- Putten nog sterker"

Ondernemerschap

Als laatste spreker van de bijeenkomst nam Michiel
Muller het woord, oprichter van onder andere Pic-
nic. Hij vertelde over ondernemerschap, innovatie
en doorzettingsvermogen. "Ondernemen is geen
rechte route tussen een beginpunt en een eindpunt.
Het is geen kwestie van gebaande paden en dat

vraagt om veel toewijding. Wanneer je ervoor kiest,
om A de oude plek, te verlaten en op weg te gaan
dan arriveer je op een gegeven moment op B, de
nieuwe plek. Deze nieuwe plek biedt weer volop
nieuwe mogelijkheden om naar C te ontwikkelen.
Vanuit plek A is de plek C echter niet zichtbaar. Er-
gens in het proces ligt de sleutel tot succes." Ook
vertelde Muller meer over zijn bedrijf Picnic, de on-
line supermarkt die alle boodschappen voor de laag-
ste prijs gratis thuisbezorgd. "Wij werken niet met
dure winkels en locaties. Daarnaast werken wij met
vaste tijden en rijden wij met 100% elektrische en
smalle autootjes een slimme route door de straten
in plaats van kriskras door de stad te rijden."

Nadat de vragen uit de zaal waren beantwoord be-
dankte Vingerling tot slot alle partners die het con-
gres mogelijk maakten. Vervolgens vroeg Vingerling
aan enkele ondernemers om zichzelf te introduce-
ren en was er gelegenheid om, onder het genot van
een heerlijk buffet, met elkaar van gedachten te wis-
selen en te netwerken. Het congres leverde interes-
sante interviews, discussies en inzichten op over on-
der andere verschillende economische ontwikkelin-
gen, kansen en aandachtspunten voor een toe-
komstbestendige regio.



Luc Beemsterboer en Lex Eikenaar

“Wij zijn enthousiast over de invulling van het congres. Leuk dat er mensen aan het woord kwamen met lef. Ga maar een keer op je gezicht, daar kun je alleen maar van leren. Er zijn nog te weinig mensen die niet alleen maar praten, maar het ook gewoon durven te doen.”

Leona Boomstra

“Tijdens het inspirerende en enerverende congres werd wel duidelijk dat de bereikbaarheid van groot belang is voor de verdere ontwikkeling van Voorne-Putten. Voor een verbetering van de infrastructuur is het zaak dat partijen, zoals overheid en gemeente, het met elkaar eens worden. Ze moeten wel, anders slijbt Voorne-Putten dicht. Ik kom nu soms het dorp niet eens uit.”

Miranda van Driel

“Mooi om te zien wat nieuwe ondernemers zoals Michiel Muller van Picnic in een korte tijd voor elkaar krijgen. Gewoon doen in plaats van eindeloos praten. Je moet van A naar B gaan om C te zien. Dat geldt ook voor het bedrijventerrein Kickersbloem, pas als het

er is zie je wat het kan brengen. En een nieuw bedrijvenpark is wat mij betreft een goede aanwinst voor de regio.”

Lex van der Lans

“Op het congres waren veel enthousiaste sprekers die vertelden over wat nodig is om de economische kansen voor Voorne-Putten te vergroten en de vergrijzing te verkleinen. Ik zou zeggen voeg daad bij woord en zorg voor ontsluiting. Een verbeterde infrastructuur zorgt voor meer werkgelegenheid, waardoor er ook meer jonge mensen aan de slag kunnen.”

Femke van der Rande

“De diverse sprekers met ieder hun eigen visie vulden elkaar aan tijdens het congres. Dat maakte de bijeenkomst toegankelijk, verhelderend en verfrissend. Economisch worden er goede stappen gemaakt op Voorne-Putten. Ik geloof erin dat dat de bereidheid er is om te werken aan de uitdagingen die er momenteel liggen. Veel jongeren vertrekken uit het gebied en komen niet meer terug, dus het is nodig dat er wat aan gedaan wordt.”



Caspert van der Wel - Directievoorzitter Rabobank Zuid-Hollandse Eilanden en Léon Soeterboek - Wethouder Nissewaard



Cees Vingerling - Moderator Congres Voorne-Putten Futureproof en Frits Oevering - Senior-onderzoeker bij RaboResearch Nederland

A portrait of Prof. dr. Harry Geerlings, a middle-aged man with short, light-colored hair, wearing a dark suit, white shirt, and a patterned tie. He is smiling slightly and looking towards the camera. The background consists of vertical stripes in various colors (blue, yellow, red, green, purple).

Werken aan bereikbaarheid in de Rotterdamse haven; duurzaamheid als strakke randvoorwaarde

Prof. dr. Harry Geerlings is als (haven)hoogleraar verbonden aan de Erasmus Universiteit Rotterdam. Al meer dan 25 jaar is Geerlings gespecialiseerd in onderzoek op het gebied van duurzaam transport, de interactie met omgeving en ruimtelijke ordening en de behoefte aan verandering. Verder is hij lid van Smart-Port 2.0, een samenwerking tussen de Rotterdamse havengemeenschap, de Erasmus Universiteit Rotterdam en andere belangrijke stakeholders in haven gerelateerd onderzoek. Speciaal voor Port of BUSINESS schreef Geerlings het interessante artikel over bereikbaarheid om de Rotterdamse haven.

De bereikbaarheid van de Mainport Rotterdam is van groot belang voor de regionale en nationale economie. Dagelijks worden grote stromen goederen en personen van en naar het Rotterdamse havengebied vervoerd. Zo werden in 2018 zo'n 15 miljoen containers (TEU) overgeslagen. Bijna dagelijks wordt duidelijk dat de capaciteit van het wegennet in het havengebied zeer kwetsbaar is en op sommige momenten ontoereikend is (in het bijzonder tijdens de ochtend- en avondspits) om aan de grote vraag te voldoen. Dit wordt vooral zichtbaar door files op de A15, de centrale as door het Rotterdamse havengebied. Mede door de doorgaande groei van de wereldhandel en verdere uitbreiding van logistieke bedrijvigheid van de Rotterdamse haven, is de verwachting dat

het goederen- en personenverkeer verder zal groeien. Het Havenbedrijf voorziet dan weliswaar geen groei meer in de containeroverslag van 15 miljoen nu tot 33 miljoen containers in het jaar 2033 zoals men eerder had voorspeld, maar een groei naar 22 miljoen TEU is nog steeds aanzienlijk. Door de voortgaande groei van het verkeer zal de bereikbaarheid van het havengebied verder onder druk komen te staan. Maar het zal ook haar neerslag hebben op de duurzaamheid en leefbaarheid van de regio die steeds meer onder druk staat. Hoe gaan we deze uitdaging oplossen?

Naar een nieuwe aanpak

Goede achterlandverbindingen zijn cruciaal voor het functioneren van de Mainport Rotterdam. De

wegbeheerder, Rijkswaterstaat, heeft in 2012 al ruim 1,4 miljard euro geïnvesteerd in de verbetering van de snelweg A15 en ook de havenspoorlijn wordt onder handen genomen. Maar ondanks deze inspanning is de algemene verwachting dat de capaciteit weer tegen zijn grenzen aan loopt. Dit vormt een bedreiging voor de bereikbaarheid van het Rotterdamse havengebied. Bovendien worden toenemende problemen verwacht met betrekking tot de luchtkwaliteit, geluidsbelasting en externe veiligheid. Met een verdere overschrijding van normeringen zal de leefbaarheid in de woongebieden nabij de A15 nog meer onder druk komen te staan.

De verwachting is dat deze problemen op de lange termijn zonder een ingrijpend pakket van maatregelen niet opgelost zullen zijn. De ernst en complexiteit van de te verwachte verkeerskundige en maatschappelijke problemen waren voor de Erasmus Universiteit aanleiding om op zoek te gaan naar een geïntegreerde benadering van oplossingen voor de problemen die zich op de termijn, de periode zullen aandienen. Het onderzoek richt zich op de middellange termijn bereikbaarheid (2025-2033) van het Rotterdamse havengebied maar wel binnen strakke duurzaamheidsrandvoorwaarden. Hier zijn dus duurzaamheid en bereikbaarheid onlosmakelijk aan elkaar verbonden. Het project heeft geresulteerd in innovatieve en duurzame oplossingsrichtingen, gericht op een transportefficiënte en bloeiende haven, die een dynamische gelijker tijd economie faciliteert, maar ook een economie die gelijk optrekt met duurzaamheidsrandvoorwaarden.



Alles moet uit de kast worden gehaald"

De uitkomsten zijn zeer interessant. Het wegvervoer speelde een belangrijke rol in het project vanwege de directe hinder voor de omgeving maar er is nadrukkelijk gekozen voor een integrale aanpak. Een belangrijk deel van het goederen- en personenverkeer van en naar het havengebied wordt via de snelweg A15 afgehandeld. Dat zal zo blijven. De binnenvaart en het railvervoer spelen eveneens een belangrijke rol in het Rotterdamse havengebied, maar die blijven achter in hun ontwikkeling en prestaties. Daarom zijn andere oplossingsrichting ook noodzakelijk: "alles moet uit de kast worden gehaald."

De oplossingsrichtingen

De afgelopen jaren is er al een veelheid aan initiatieven voorgesteld op het vlak van duurzame mobiliteit. Helaas wordt dit proces nogal gekenmerkt door versnippering en weinig doorzettingskracht als het op de realisatie en moeilijke c.q. pijnlijke keuzen aankomt. Hierdoor verdampen soms coalities die met veel energie waren opgezet om interessante vernieuwingskansen te verzilveren. Er is hierdoor steeds meer behoefte aan doorzettingsmacht, maar paradoxaal genoeg kan dit weer leiden tot nieuwe versnippering en traagheid. De discussie over de transitie naar duurzaam transport moet dus minder gaan over de noodzaak innovatief en toekomstgericht te handelen, maar meer over de noodzaak om regie en daadkracht op innovaties te organiseren. We hebben behoefte maatregelen om zowel de bereikbaarheid als de leefbaarheid van het Rotterdamse havengebied te verbeteren. Daartoe is een 3D-aanpak noodzakelijk. Duurzaam, Dynamisch, geDurft.

Duurzaam

Duurzaamheid moet de belangrijkste randvoorwaarde die aan de maatregelen worden gesteld om de haven ook in de toekomst bereikbaar te houden. Het is een license to operate! Dit vraagt om maatregelen waarbij de ambities hoger is dan duurzaamheid alleen als randvoorwaarde te zien: duurzaamheid is een strategische kans is voor de toekomstige ontwikkeling van de haven. Zonder serieuze aandacht voor duurzaamheid is er straks geen draagvlak meer voor de haven en de havengebonden industrie.

Dynamisch

De haven van Rotterdam is een knooppunt dat moet inspelen op onvoorspelbare en dynamische ontwikkelingen in de wereldeconomie of de doorwerking van maatregelen als gevolg van het Akkoord van Parijs. De infrastructuur van de haven naar het achterland moet garanderen dat de haven uitstekend bereikbaar blijft—ook als sprake is van onvoorziene omstandigheden. Er zullen winnaars zijn, maar helaas ook verliezers.

GeDurfd

Er is behoefte aan opzienbarende en aansprekende maatregelen, in een ambitieuze en samenhangende lange termijnvisie gegoten. Dit vraagt lef en doorzetting. Wie durft dat aan? Waarom wordt de roep tot vermindering van mobiliteit altijd negatief gezien?

De uitwerking

In samenwerking met meerdere stakeholders uit de Rotterdamse havengemeenschap is een breed pakket aan maatregelen voor de afwikkeling van mobiliteit op duurzame wijze ontwikkeld. Dit zijn maatregelen die vooral relevant zijn voor een duurzaam bereikbare haven op de lange termijn (2025-2033). Vervolgens zijn aanbevelingen gedaan die passen in de 3D-aanpak. We moeten gaan omdenken: we moeten naar een nieuwe opvatting over mobiliteit toe. (zie figuur 1).

INNOVATIEVE MAATREGELEN D-3	
Duurzame doorvoer	o.a. optimaliseren samenspel containerterminals en infrastructuur achterland
Transportpreventie	o.a. thuiswerken en SWAP-arrangementen industrie
Ruimtelijke ordening	o.a. geconcentreerd ontwikkelen van kantoren en bedrijfsterreinen
Duurzaamheidsmarkt	o.a. marktplaats voor toegang tot wegen en terminals
Organisatorische-innovatie	o.a. mainport manager

Maar belangrijker nog zijn de drie kernboodschappen die de lezer zich moet realiseren. Dit zijn:

Kernboodschap 1: Duurzaam transport = bereikbaarheid en verduurzaming

Transport moet in de toekomst krachtig steunen op twee poten: een toekomstgerichte bereikbaarheidsstrategie en een even toekomstgerichte strategie gericht op verduurzaming van transport. Partijen in de regio zullen een tandje bij moeten schakelen om de transitie naar een duurzaam transportsysteem aan te jagen. Zo zijn verkeer en vervoer, milieu, ruimtelijke ordening en leefbaarheid nog te veel gescheiden werelden die vanuit een eigen logica handelen. Kansrijk is daarbij de ambitie om duurzaam transport te verbinden met ambities op het terrein van duurzame economie, duurzaam ruimgebruik en een goede leefomgeving, niet alleen beleidsmatig maar ook in concrete afspraken. Dat kan gaan om grote keuzen, maar ook om de concrete vraag: waarom doet een bedrijf nog niets aan mobiliteitsmanagement voor haar werknemers? Moeten we erop wachten dat het een verplichting wordt?

Kernboodschap 2- Transitie vergen stimulering en dwang

De toekomst is zeer ongewis. Wat doen we met fossiel als het gaat om mobiliteit? Wat betekent Parijs voor het transport in deze regio? Wat betekent de Brexit voor onze in- en export? Gezien de grote onzekerheden over de toekomst is een

flexibel en rijk pakket aan maatregelen nodig en voorhanden om een transitie naar duurzaam transport te waarborgen. Het is daarbij de kunst om de verschillende investeringshorizons van bedrijven en overheden aan elkaar te koppelen. En minstens zo belangrijk: eigenlijk hebben we de laatste jaren weinig bereikt want we willen mobiliteit geen beperking opleggen. Dat geldt voor de haven maar evenzeer voor Schiphol. Dwangmaatregelen en niet-vrijblijvende afspraken zijn nodig om bedrijven de goede kant op te duwen en hun ondernemerschap en creativiteit te prikkelen, anders lukt het niet.

Kernboodschap 3- Het gaat om de combinatie van techniek en organisatie

Nieuwe technologie (logistieke ICT-concepten, informatiesystemen, brandstoftechnologie etc.) vraagt om nieuwe organisatievormen (nieuwe samenwerkingspartners, convenanten, nieuwe spelregels, etc.) en omgekeerd: nieuwe samenwerkingspartners vragen om nieuwe technologie. Die wisselwerking luistert nauw en vraagt om visie en maatwerk. Inmiddels is duidelijk dat de transitie naar duurzaam transport dus net alleen het ontwikkelen van nieuwe technologie (de techware) betreft, maar minstens zo belangrijk zijn nieuwe governance-arrangementen (de orgware) is. Aan de transitietafels wordt daarover dan ook gesproken. Daarbij gaat het om nieuwe contractvormen, nieuwe coalitiemodellen en nieuwe samenwerkingsvormen tussen partijen. En iedereen is daarbij nodig. Denk daarbij aan: verladers, expediteurs, reders, terminaloperators en transportondernemingen. Of: marktpartijen en overheden. Of: de verschillende bestuurslagen en burgers en weggebruikers. Of: de beleids-, onderzoeks- en praktijkwereld. Heeft u uzelf herkend? Zo niet, dan is het lijstje niet volledig want iedereen moet een bijdrage leveren.

Aan de slag

We hebben dus behoefte aan meer regie, meer doorzettingsmacht en harde afspraken over duurzaamheidsrandvoorwaarden nodig als tegenwicht voor de vele versnipperde en verkokerde initiatieven die we nu kennen. Een ieder moet zich ervan bewust zijn dat het loont om over de grens van afgebakende verantwoordelijkheden, korte termijn agenda's en kennisgebieden heen te kijken, willen we de bedrijvigheid in de Rijnmond-regio, de nationale economie en onze kinderen en kleinkinderen een dienst bewijzen door ze een mooie toekomst te bieden. Aan de slag.



Over medewerkers, klanten en beleving

Redactie: Hans Klaasse

Om maar met de medewerkers te beginnen: zijn ze professioneel en hebben ze passie voor hun werk? Prima, dan komt het plezier vanzelf.



Het bieden van klantbeleving vraagt inlevingsvermogen"

Het is namelijk aangetoond dat medewerkers die goed in hun vel zitten en tevreden zijn een betere prestatie leveren. Daarom is het zo belangrijk dat u investeert in uw personeel. Leer hen dat het van groot belang is dat zij zich kunnen inleven in de klant en zorg ervoor dat zij inhoudelijk goed op de hoogte zijn van alles wat er binnen de organisatie gebeurt op het gebied van producten en diensten. Op die wijze kunnen zij een waardevolle bijdrage leveren aan een hogere klanttevredenheid en zo worden uw medewerkers enthousiaste mensen.

En nog even over uw klanten: een klant wil tegenwoordig snel geholpen worden. Bent u goed bereikbaar en communiceert u makkelijk met de klant? Lang wachten vinden klanten irritant. Eigenlijk irriteert een klant zich al aan sluitingstijden. Denk daar eens over na. De klant wil ook begrepen worden. Met weinig woorden wil de klant duidelijk maken wat hij van u verwacht. Zorg dus voor laagdrempeligheid. De klantverantwoordelijk zo laag mogelijk in de organisatie leggen en zorgen dat zaken snel worden opge-

pakt en opgelost. Geen valse beloftes maar concrete afspraken die ook één op één worden nagekomen. Dus veeleisende klanten simpelweg tevreden houden.

O ja, en dan de beleving. Klantbeleving. Het is belangrijk om klanten het gevoel te geven dat zij de enige zijn. Persoonlijke service, benadering en bediening. Klanten zijn geen nummers, maar mensen die geld komen besteden uit vrije keuze. Geef hen de beleving dat u de beste keus bent. Ze zijn op het goede adres. U lost hun problemen op en zorgt voor voldoening. Het bieden van klantbeleving vraagt inlevingsvermogen. Maak een feestje van uw samenwerking, spreek waarderende woorden en laat de klant dichtbij komen. Neem de tijd om alles tot in de perfectie te regelen en bespreek vroegtijdig zaken die niet gaan zoals de klant dit graag wenst. Beleving: Leef mee met uw klant.

Bedrijven die de driehoek "medewerkers, klanten en beleving" op orde hebben zijn succesvoller! U ook?





Samenwerking Van As Autoschade en RAC al bijna dertig jaar succesvol

“Geen loze praat is de kracht van onze samenwerking”

Redactie en Fotografie: Sabine Bison

Andries de Vries van Van As Autoschade en Ton van Vugt van Jaguar en Landrover-dealer RAC, kennen elkaar al bijna 30 jaar uit de auto(schade)branche. Destijds nog als medewerkers, inmiddels zijn ze beiden directeur van het bedrijf waar ze hun carrière opbouwden. De samenwerking verloopt al decennialang naar volle tevredenheid. We vroegen de heren naar het geheim en naar de ontwikkelingen in de branche.



Van As Autoschade

Essebaan 2-8
2908 LK Capelle a/d IJssel

T: (010) 450 85 00
E: van.as.capelle@schadenet.nl
W: vanasautoschade.nl



RAC B.V.

Dordrecht
Nijverheidstraat 10
3316 AP Dordrecht

T: 078-7200888
E: info@rac.nl
W: rac.nl

“We hebben een unieke samenwerking”, begint De Vries zijn betoog. “Als er een vraag over Jaguar of Landrover (JLR) is, verwijzen we door naar RAC. En als er schadeauto’s bij RAC zijn, komen die automatisch naar ons. In de loop der jaren hebben we een stevige vertrouwensband opgebouwd.” “En dat niet alleen”, vult van Vugt aan. “We hebben allebei flinke investeringen gedaan om te voldoen aan de eisen die vanuit het United Kingdom worden gesteld, om JLR-dealer te zijn, en deze topmerken te mogen onderhouden dan wel schade aan deze auto’s te herstellen.”

Bewust investeren

Het is voor beide partijen een bewuste keuze geweest om te investeren in luxe merken. Waarom? Van Vugt: “In 2016 zijn de merken Jaguar en Landrover samengevoegd als gevolg van de wereldwijde ‘Dual Brand-strategy’ die vanuit het United Kingdom werd uitgerold. De JLR-toekomstvisie om te groeien in volume, de ontwikkeling van veel meer modellen dan voorheen, het gebruik van aluminium in de ontwerpen zijn allemaal signalen die je doet afvragen: laten we dit gaan of doen we mee? Wij kozen voor het laatste, daarom bouwen we nu ons nieuwe pand aan de Mijlweg in Dordrecht, parallel aan de A16. We zagen volop mogelijkheden om van

af deze plek klanten uit de wijde omtrek te kunnen bedienen en zo ons aanbod in auto’s en service naar een nog hoger niveau te tillen. Het pand voldoet volledig aan de eisen die vanuit de UK worden gesteld.” De Vries vervolgt: “Wij investeren in deze twee topmerken omdat ze beide een vlucht maken. Om de officiële certificering te krijgen om deze merken te mogen herstellen, zijn onze monteurs in de UK opgeleid. Ook wij hebben ons bedrijf, werkwijze en apparatuur zodanig aangepast zodat deze aan alle kwaliteitseisen voldoet en we de garantie-waARBORging van de merken veilig kunnen stellen. Vooral wat aluminiumherstel betreft. Slechts een handvol schadebedrijven in Nederland kan dit. We voldoen nu aan de hoogste standaarden in schadeherstel die er zijn. Op de langere termijn trekt dat ook andere merken aan. We zien daarnaast dat onze certificering meerwaarde biedt voor landelijke partijen als verzekerings- en leasemaatschappijen die ons hun reparatieauto’s toevertrouwen.”

Kennis, kunde en vertrouwen

De samenwerking verloopt al bijna dertig jaar naar volle tevredenheid. Wat is het geheim van dit succes? Van Vugt: “Allereerst is het de service, kennis en kunde over en weer. Van As had vroeger een slogan: Van As maakt ‘em zoals ‘ie was

en dat is precies hoe het is: we hebben de zekerheid dat de auto tot in de puntjes terugkomt. Dat is ook noodzakelijk. We hebben een veeleisende klantenkring die alleen maar met het beste genoegen neemt." "En zoals in ieder bedrijf, gaat er ook bij ons weleens iets mis. Dat is niet zozeer het punt, het gaat om de manier hoe je ermee omgaat", vertelt De Vries. "Wij zijn niet van loze praat. Wij weten van elkaar: als er iets is, wordt het opgelost. Dat is de kracht van onze samenwerking. Ook de slogan die we nu hanteren omvat trouwens de dienstverlening die we bieden: in topvorm weer op weg."

Monteur van de toekomst

De nieuwe modellen en de opkomst van elektrische en hybride auto's vragen niet alleen om een aangepaste werkwijze en indeling, deze ontwikkelingen vragen ook om een ander type monteur dan voorheen. Hoe gaan beide heren hiermee om? "Bij RAC is veel ruimte voor opleiding, die ook min of meer verplicht is. De eisen liggen dermate hoog dat als je de juiste kennis niet hebt, ook geen auto kunt onderhouden of repareren", stelt Van Vugt. Bij Van As is dat niet anders. De Vries: "Er wordt steeds meer gewerkt met hoge voltages. Dat vraagt steeds meer specialisme en brengt grote risico's met zich mee als mensen onvoldoende kennis hebben van de materie hebben. Vroeger zat er 12 Volt in de auto en kon er weinig gebeuren. Maar bij 400 Volt is dat een heel ander verhaal." Van Vugt: "Zo zie je dat de moderne generatie monteurs een heel ander type is dan 15 jaar gele-

den. Ze worden doorlopend geschoold, de werkwijze verandert en ze zijn deels ICT-er. Ik denk dat hedendaagse monteurs wel 20% van hun tijd met een PC in de weer zijn. Om dingen uit te lezen, te programmeren, te overleggen met de fabrikant die op afstand kan meekijken. Dit betekent trouwens ook dat je behoorlijk vaardig moet zijn in de Engelse taal."



Wij weten van elkaar: als er iets is, wordt het opgelost. Dat is de kracht van onze samenwerking"

Klant is koning

Tot slot is er nog een andere factor dat de beide heren en beide bedrijven bindt: een excellente dienstverlening. Van Vugt: "Naast het bieden van representatieve auto's uit de top van hun segment, zijn persoonlijk contact en een uitstekende service kenmerkend voor onze werkwijze. We willen onze klanten kwaliteit leveren, ontzorgen en een vertrouwd gevoel meegeven." "Daar sluit ik me volledig bij aan", zegt De Vries. "De klant staat bij ons te allen tijde centraal. Zonder klanten zouden we geen bestaansrecht hebben. Daarom doen we alles wat in ons vermogen ligt om hen optimaal van dienst te kunnen zijn. En graag in de fijne samenwerking die RAC en Van As met elkaar hebben."



Andries de Vries, Van As Autoschade



Ton van Vugt, RAC



De transportsector, altijd in beweging

Redactie: Hans Klaasse

Zoals in veel branches zijn er óók voor de transportsector weer boordevol veranderingen te verwachten. Voorspellingen, prognoses en ideeën buitelen over elkaar heen. Het één heeft nog een hogere prioritering als het ander. Internet en blockchain eisen de aandacht op en strijden met zelfrijdende auto's en 'same day delivery' om attentiewaarde. Kortom, een branche in beweging!



Net als bij het thuisbezorgen van maaltijden vraagt de klant om 'same day delivery'



Zoals bij veel bedrijven in het land zijn vakmensen moeilijk te vinden. Door de groei van de transportsector is er veel behoefte aan logistieke medewerkers en chauffeurs. Hier speelt de vergrijzing een belangrijke rol. In de komende jaren gaan relatief veel mensen met pensioen. Nu al is het merkbaar dat sommigen ervoor kiezen om iets langer door te werken. Dit is slechts een 'deeloplossing' van het probleem. Immers, innovatie van de sector gaat gepaard met ontwikkelingen op het vlak van digitalisering en ICT. Oudere werknemers zijn niet altijd in staat deze ontwikkelingen snel toe te passen in de dagelijkse werkzaamheden. Het is dus belangrijk om mensen op tijd te scholen en toe te rusten met automatiseringskennis. Ervaren mensen kunnen op deze wijze langer van waarde zijn. Daarnaast is het van belang om werken in de transportsector te promoten. Jonge mensen die kiezen voor een vak in een sector met toekomst.

Naast het personele vraagstuk staat de sector voor een serie andere uitdagingen. De consument wil steeds sneller de bestelde goederen in huis hebben. Net als bij het thuisbezorgen van maaltijden vraagt de klant om 'same day delivery'. Dat vraagt om efficiënte processen, alternatieve transportmogelijkheden en een uitgekiend logistiek proces. Ook hier speelt ICT weer een belangrijke factor. Tegelijkertijd is het een uitdaging om dit alles op een kostenefficiënte wijze te organiseren. Real-time logistics is hierbij van es-

sentieel belang. Logistieke data integreren in het logistieke proces. Maar dat niet alleen. De communicatie met de man of vrouw achter het stuur moet zorgen voor een snelle aflevering van de goederen. Slimme software moet bijdragen aan de juiste routeplanning, inclusief verwerking van de omstandigheden die zich voordoen op de route, maar ook zorgen voor de juiste conditie en het welbevinden van vracht en chauffeur.

Duurzaamheid is een ander belangrijk onderwerp. De zelfrijdende vrachtwagen komt eraan. Wanneer? Volgens experts kan het niet lang meer duren. Wanneer zien we het eerste konvooi over de snelweg rijden? Het aanbod van transport over de weg neemt nog steeds toe, terwijl de wegen dichtslibben. Een alternatief is het vervoer over het water of het spoor. Ook in dit kader zijn er met name in het havengebied van Rotterdam de afgelopen jaren mooie initiatieven genomen. Maar, draagt dit ook bij aan de duurzaamheid? Ook de maritieme sector heeft hier nog wel wat uitdagingen. Elektrisch aangedreven schepen of motoren die op LNG (Liquid Natural Gas) draaien zijn wellicht de oplossing. Het zou een impuls voor de scheepsmotorenbranche kunnen zijn wanneer grootschalige ombouw van schepen op minder milieubelastende aandrijving zou worden overwogen. Juist in de combinatie weg, water en spoor zitten de uitdagingen voor wat betreft duurzaamheid.



Column

Aanpassing box 3: water naar de zee dragen

Het box 3-regime gaat op de schop. Met een sterk dalende rente moeten de bakens worden verzet. Daarom heeft de Staatssecretaris van Financiën recent zijn plannen geschetst om box 3 aan te passen. In deze plannen wordt wederom uitgegaan van een forfaitair rendement. De aanpassing is daardoor als water naar de zee dragen.

Huidig systeem

Momenteel wordt de belastingdruk in box 3 bepaald op basis van hoeveel vermogen u hebt op 1 januari van een kalenderjaar. Het vermogen (bezittingen minus schulden na een drempel) dat hoger is dan het heffingvrije vermogen van circa € 30.000 per persoon, wordt aan een spaardeel en een beleggingsdeel toegerekend. Voor de toerekening wordt gebruikgemaakt van drie vermogensschijven, waarbij het forfaitair rendement oploopt tot 5,33% in de derde schijf dat geldt vanaf € 1.005.572 aan vermogen. Het totaalrendement wordt in box 3 tegen 30% belast. In de praktijk blijken dergelijke forfaitaire rendementen vaak niet te worden behaald, zeker niet met de lage rentestand.

Voorstel

In het voorgestelde regime wordt gekeken naar het soort vermogen dat u hebt. Het nieuwe systeem zal op hoofdlijnen als volgt werken.

- ▼ Heffingvrij vermogen: Zijn uw totale bezittingen hoger dan € 30.846 (het heffingvrije vermogen)? Dan wordt vanaf 1 januari 2022 het volledige vermogen belast.
- ▼ Drie categorieën: Het vermogen wordt verdeeld in spaargeld, overige bezittingen en schulden. De categorie 'spaargeld' bevat alleen bank- en spaartegoeden. Bovendien worden de schulden niet langer volledig afgetrokken van de bezittingen.
- ▼ Forfaitair rendement: Voor spaargeld geldt een forfaitair rendement van 0,09% en voor alle overige bezittingen 5,33%. Van de schulden komt 3,03% als debetrente in mindering op de bezittingen.
- ▼ Heffingvrij inkomen: Voor het totaal van de forfaitaire inkomsten geldt een heffingvrij inkomen van € 400 per persoon. Het bedrag na aftrek van het heffingvrij inkomen vormt het belastbaar inkomen.
- ▼ Belastingtarief: Het belastbaar inkomen in box 3 wordt belast tegen een tarief van 33% (nu: 30%).

Rekenvoorbeeld

Indien u alleen spaargeld bezit, betaalt u over de eerste € 440.000 per persoon in het nieuwe systeem geen belasting. Het nieuwe systeem kan echter ook nadelig uitpakken. Stel, een echtpaar heeft € 50.000 spaargeld en bezit een vakantiehuis ter waarde van € 350.000, waarvoor € 350.000 is geleend. In het huidige systeem is dit echtpaar in deze situatie geen box 3-belasting verschuldigd, maar in het nieuwe systeem zal dit echtpaar ruim € 2.400 box 3-belasting gaan betalen.

Huidig systeem		Voorstel	
Waarde bezittingen	€ 400.000	Waarde bezittingen (rendement)	€ 18.700
Af: Waarde schulden na drempel	€ 343.800	Af: Waarde schulden (3,03%)	€ 10.605
Af: Heffingvrij vermogen	€ 61.692	Af: Heffingvrij inkomen	€ 800
Totaal rendementsgrondslag	-€ 5.492	Totaal forfaitair inkomen	€ 7.295
Belastbaar inkomen	€ nihil	Belastbaar inkomen	€ 7.295
Belastingbedrag (tarief 30%)	€ nihil	Belastingbedrag (tarief 33%)	€ 2.407

Van plan naar wet

Het bovenstaande betreft een plan, waarover in 2020 een wetsvoorstel volgt. De bedoeling is om de nieuwe regeling per 1 januari 2022 in werking te laten treden. Het is raadzaam om hierop te anticiperen door hierover een adviseur te raadplegen.

Erik Klop



E.P. (Erik) Klop LLM

T: 06 10 269 770



Visser & Visser
Accountants-Belastingadviseurs

Maseratilaan 12
3261 NA Oud-Beijerland
T: 0186-890860
E: info@visser-visser.nl
I: www.visser-visser.nl

Vestigingen o.a. in Barendrecht,
Dordrecht, Gorinchem,
Oud-Beijerland en Rotterdam



SAFARI IN AFRIKA?

Tanzania
Kenia
Madagaskar
Oeganda
Rwanda
Zimbabwe
Namibië
Botswana
Zambia
Mozambique
Seychellen
Mauritius
Zuid-Afrika

Al sinds 1979 dé Afrika specialist

Op jambo.nl en in onze brochure vindt u ruim 100 uitgekiende reizen of bel met onze Afrika specialisten op 020-2012740 voor een reis op maat.
De mogelijkheden zijn eindeloos, privé reizen geheel conform uw wensen!





Logistiek, meer dan slim distribueren

Redactie: Hans Klaasse

De e-commerce groeit nog steeds. Door een aantrekkelijk vestigingsbeleid verhuizen steeds meer bedrijven naar Nederland. Nederland is door haar ligging en havenfaciliteiten een zeer verleidelijke partij voor internationale ondernemingen die hun goederen naar het Europese achterland willen laten vervoeren. Dat biedt aan Nederlandse logistiek bedrijven enorme kansen. Belangrijk is echter dat Nederland blijft investeren in alles wat de logistieke sector gaande moet houden. Echter, de ondernemers moeten zelf ook blijven investeren.



De sector mag in die zin best wat meer van zich laten horen”

Alles moet sneller op de plek van bestemming komen. In goede conditie en tegen een lage prijs. Dat gaat niet vanzelf. Steeds belangrijker is dat de connectiviteit volle aandacht krijgt. Verbinding, communicatie en afstemming. Veel meer dan vroeger wil de klant serieus worden genomen. Wanneer kan ik de pakketjes of de goederen verwachten en waar bevinden deze zich nu? Dat vraagt voor de logistieke bedrijven aanpassing van de processen alsmede van de bedrijfsvoering. De bedrijfsprocessen dienen efficiënt en milieubewust te worden ingericht en communicatie tussen de ketenpartners dient garant te staan voor excellente service.

Succesvol inspelen op de behoefte van de klant en dit alles tegen een aantrekkelijke prijs. Dat is de tendens. Veel opdrachtgevers van de logistieke sector leggen de lat steeds hoger. Immers, de klant mag zijn bestelling steeds later plaatsen zonder dat dit ten koste gaat van de snelle aflevering. Alsof er geen files, piekmomenten en dag- en nachtritmes bestaan! Een te overwegen

alternatief zou zijn om klanten die minder belang hechten aan snelle aflevering korting te verstrekken. Op deze wijze is de planning gunstig te beïnvloeden. De sector moet het -net als andere bedrijven- hebben van innovatie en digitalisering. Inmiddels zijn de eerste volautomatische distributiecentra geopend.

Logistiek staat vol in de aandacht. De steeds hogere eisen van de klant moeten worden vertaald naar slimme oplossingen. Een branche die verschillende specialisten op het gebied van ICT en logistiek mooie uitdagingen en kansen biedt. De sector mag in die zin best wat meer van zich laten horen. De ontwikkeling van nieuwe slimme software zal bijdragen aan (nog) betere en efficiënte bedrijfsprocessen. Flexibilisering dient dynamiek te leveren aan de toenemende behoefte van 'snel en goedkoop'. Kortom, de logistiek sector moet het in de komende jaren hebben van creatieve denkers die in staat zijn om door middel van innovatieve vindingen aan de wensen van de klant te blijven voldoen.





Op tijd afspraken nakomen. Logisch toch!

Redactie: Hans Klaasse, geregistreerd ADR mediator

Hoe vaak zeggen we het niet tegen elkaar: 'Afspraak is afspraak!' Maar, wees eens eerlijk tegen uzelf: 'doen we het ook altijd? Wellicht zegt u: 'Ik kom mijn afspraken één op één na, de opdrachtgever kan op mij rekenen.' Mooi! Ook altijd op tijd? En hoe zit het met de afspraken die u heeft gemaakt met uw personeel? In de praktijk blijkt juist op dit terrein nogal eens iets mis te gaan.



**Het begint
allemaal met
het maken van
duidelijke en
heldere
afspraken"**

Wanneer u afspraken niet kunt nakomen is een transparante communicatie het best middel om erger te voorkomen. Heel veel zakelijke en personele conflicten ontstaan door miscommunicatie en 'wegduiken' voor de gevolgen en consequenties. Misschien goed om rond dit issue een aantal zaken beter te overdenken. Tenslotte is voorkomen beter dan genezen.

Het begint allemaal met het maken van duidelijke en heldere afspraken. Afspraken die u in beginsel kunt nakomen. Realistische deadlines en haalbare termijnen. Anderen gaan u aan deze afspraken houden. Het is dus zaak om goed na te denken over de verwachting die u schept bij het beloven dat iets op tijd en volgens afspraak klaar is. Maar ook als het om het afleveren van goederen of het verrichten van diensten gaat -als ondernemer- dient u van te voren goed te beseffen dat 'beloofd, beloofd is'!

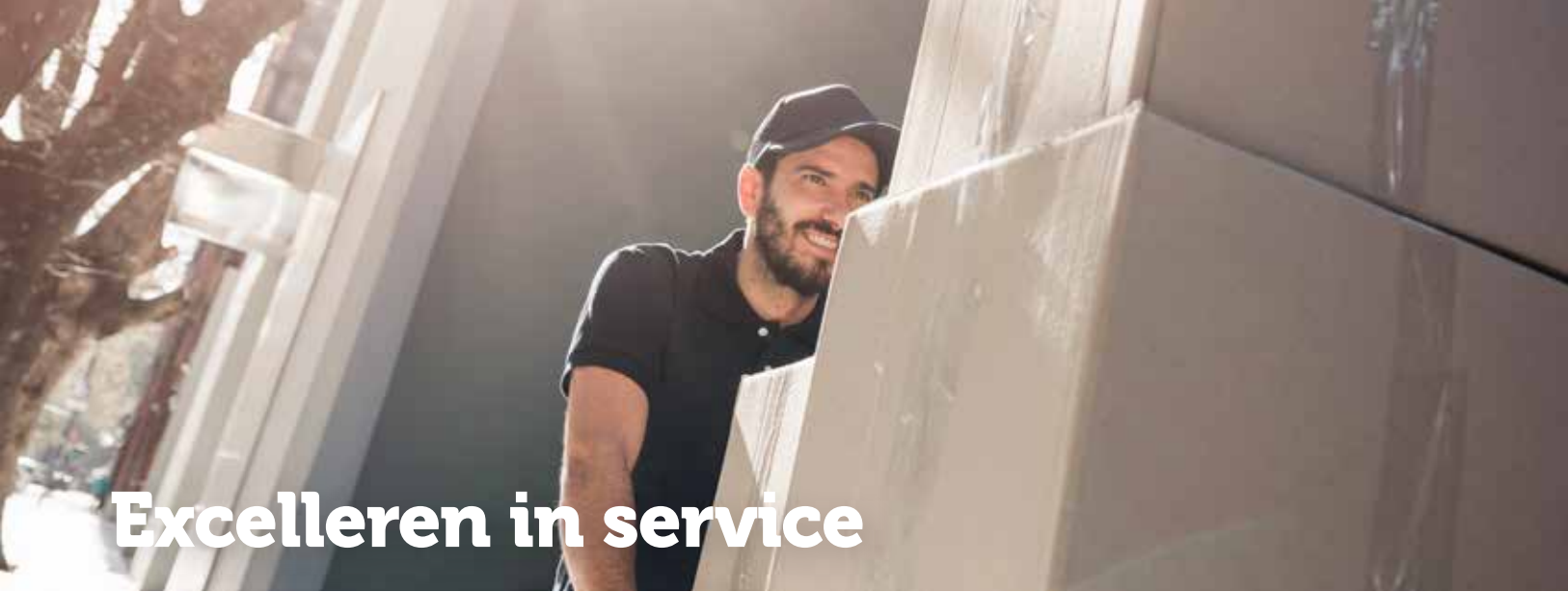
Ik ken mensen die het niet zo nauw nemen met deze kernwaarde. Je ziet in heel hun ondernemerschap dingen verkeerd gaan. Het komt niet lekker uit de verf. De samenwerking met de klant is maar 'zo zo' en men ziet afspraken als opgelegde voorschriften of knellende regels. Het leeft niet. Dat kan anders. Het is belangrijk om goed te luisteren. Elkaar goed en duidelijk te bevragen.

De verschillende zienswijzen onder ogen te zien en het belang van een goede afspraak te onderkennen.

Erger is het als andere partij in de keten afhankelijk zijn van het nakomen van uw afspraken. Daarom is duidelijkheid, juiste planning en adequate vastlegging van essentieel belang. Sommige ondernemers zeggen al te gemakkelijk: "Ik ga mijn uiterste best doen" of "als alles meezit gaat het wellicht lukken". Dit zijn echter geen sluitende afspraken, dit zijn intenties. Dit kan -wanneer de geldelijke belangen groot zijn- leiden tot enorme conflicten. Maak dus geen halve afspraken, maar duidelijke afspraken zonder open eindjes.

"Moet het allemaal zo serieus? Kan het niet een tandje minder?", zullen sommigen denken. Nee! Duidelijkheid is iets anders dan star zijn. Ondernemers moeten elkaar natuurlijk kunnen vertrouwen. Dat is de basis voor een vruchtbare samenwerking. U moet zich echter wel -blijvend- bewust zijn van goede afspraken. De omstandigheden kunnen veranderen, het loopt niet altijd zoals u gehoopt of verwacht had, maar het mag niets afdoen van uw bedoelingen. Afspraak is afspraak, maak het concreet in uw dagelijkse bezigheden.





Excelleren in service

Redactie: Hans Klaasse

Juist in de transport- en logistieke sector is service van uitermate groot belang. Als organisatie dient u doordrongen te zijn van de noodzaak om dit blijvend op de agenda te zetten.



Bevlogen medewerkers komen niet aanvliegen”

Hans Klaasse is als directeur Strategie & Organisatie verbonden aan HJ Media Groep. Hij adviseert organisaties op het terrein van klantcommunicatie en klanttevredenheid.

‘Customer Experience’ wordt te vaak gezien als een liefhebberij, noodzakelijk kwaad of een hobby van de directie. Dat is niet terecht. Het duurzaam realiseren van een hoge mate van service is bepalend voor het kwaliteitsimago van de organisatie. U dient dus fundamenteel na te denken over dit thema. Het gaat niet om één afdeling, of één bepaalde dienst. Het dient integraal te worden ingevoerd binnen de organisatie. Het is een strategische keuze, het heeft tactische en operationele consequenties en het raakt al het doen en laten van de organisatie.

Iedereen kan iets van A naar B transporteren. Veel bedrijven kunnen zelfs tijdelijk ‘iets’ opslaan. Onder bepaalde condities ‘iets’ bewaren, verpakken en bezorgen is op zich geen kunst. Wat maakt een ‘klusje klaren’ tot een onderscheidende dienst? De complexiteit, het volume of bijzondere omstandigheden? Nee, naar mijn mening gaat het om emotie en beleving. Hoe communiceert u met de klant en op welke wijze ervaart de klant iets van uw unieke aanpak en dienstverlening? Dat zijn zaken waarin u zich kunt onderscheiden. Hoe maakt u hetgeen u buiten beloofd, binnen de organisatie waar? Daar ligt het geheim van excellente dienstverlening.

Juist in de transport- en logistieke sector spelen digitalisering, robotisering en ICT een belangrijke rol. Kostenefficiënt communiceren en organiseren. Klantcontacten worden wegbezuinigd en wanneer het niet strikt noodzakelijk is blijft ‘face to face’ contact achterwege. Leve de afstandelijkheid. Uit onderzoek blijkt dat hierdoor emotionele relaties met de opdrachtgevers afnemen. Een ander onderzoek toont aan dat bedrijven die juist

investeren in persoonlijk contact met de klant het beter doen. Conflicten en disputen worden voorkomen en de klantloyaliteit neemt toe. De voor de klant relevante contactmomenten werpen al snel haar vruchten af. Doen dus!

In een tijd van toenemende concurrentie zijn ondernemers snel geneigd om kosten te schrappen. Een klant mag echter nooit worden gezien als een kostenpost, het is een inkomstenbron. Veel beter is om te sturen op operational excellence, het efficiënt organiseren van de processen, dan te bezuinigen op customer intimacy, het opbouwen van een emotionele klantrelatie. Daarom is het belangrijk afspraken die zijn gemaakt goed te communiceren binnen de organisatie en regelmatig evaluatiemomenten in te plannen met de klant en de medewerkers. Geef de klant ruimte om meer met uw onderneming te doen dan een opdracht te geven. Verzin een hoger -inspirerend-doel.

Dat laatste is niet enkel van toepassing op de klant. Ook uw medewerkers dient u te inspireren. Bevlogen medewerkers komen niet aanvliegen. Wanneer u uw medewerkers nergens bij betreft zullen het geen betrokken mensen worden. Kent u het effect van tevreden en enthousiaste medewerkers op de klanttevredenheid? Het is bepalend! Op deze wijze krijgt ‘excelleren in service’ een andere dimensie. Klantverwachting en concurrentie zijn geen statische begrippen. Het gaat om dynamiek, kansen en mogelijkheden. Het is dus zaak dat de organisatie zich continu verbetert, innoveert en dat de medewerkers zich terdege bewust zijn van hun verantwoordelijkheid.





Marketing: schiet u met hagel of met scherp?

Hoe kan een ondernemer van het gedrag van klanten leren? Door het meten van klanttevredenheid en de analyse bij vertrek van bestaande klanten. Waarom komen en gaan klanten? Wat is de reden dat zij u de rug toekeren? Daar gaan we in onderstaande tekst verder op in.



Het belangrijkste is echter dat hetgeen buiten is beloofd binnen wordt waargemaakt”

In de crisis werd er veel bezuinigd op marketing-budgetten. Nu lijken de klanten vanzelf te komen. Niet alle budgetten worden ingezet op het bereiken van bestendig succes. Schieten met hagel in plaats van met scherp. Toevallige passanten worden geraakt, maar dat heeft niets te maken met het krijgen van een langdurige relatie met de klant. Dat vraagt namelijk een lange termijn investering en een gedegen aanpak. Investeren in de klantrelatie. Hoe doe je dat?

Ondernemers moeten alle registers openzetten en alle zeilen bijzetten om een trouwe en loyale klantgroep te krijgen. Niet alleen de ondernemer maar juist ook de medewerkers moeten overtuigd zijn van het belang om topservice te leveren en zich echt in de klant te verdiepen. Allerlei marketingacties moeten dit ondersteunen. Het belangrijkste is echter dat hetgeen buiten is beloofd binnen wordt waargemaakt. Nee, overtroffen! Heeft u zo'n aanpak? Heeft u zo'n relatie met uw klanten? Dat is geen eenmalige actie, maar een continu proces.

Whitepaper downloaden?

Op onze website www.hjmediagroep.nl kunt u over dit onderwerp een whitepaper downloaden geschreven door Hans Klaasse. Hans is verbonden aan HJ Media Groep als directeur Strategie & Organisatie. Hij adviseert ondernemingen en organisaties over klantgericht handelen en het inrichten van (smart media) klantsystemen.



0180 - 33 16 00
info@hjmediagroep.nl





HJ Media Groep is een bedrijf dat zich heeft gespecialiseerd in gepersonaliseerde smart media. Vanuit drie pijlers t.w.: Strategie, Loyaliteit en Creatie zoekt zij voor ondernemers en organisaties naar de inzet van de juiste communicatiemiddelen.



"Wij zoeken met de klant naar de bedoelingen achter de media campagne. Welke middelen zijn het meest effectief en op welke wijze zetten we onlineactiviteiten in? Dat is het voordeel van HJ Media Groep. Wij zijn zowel online als offline actief. We hebben alles in eigen huis, online marketeers, creatieve ontwerpers, tekstschrijvers en printfaciliteiten. Wat we ook inzetten, het is altijd persoonlijk, gericht op de klant en daarom doelgericht. Onze klanten zien het verschil. Na een door ons opgezette gepersonaliseerde media campagne ziet men de omzet stijgen. Wij meten dat, de klanten bevestigen het. Daarom vinden wij de onderzoeksfase zo belangrijk. Onze consultants doorgronden de noodzaak van een goede analyse. Op basis hiervan kijken we zowel intern als extern wat de beste aanpak is. We trainen desgewenst de medewerkers en voorzien hen van praktische tips!", aldus Hendrik-Jan van Rhee, specialist in Creatie en Smart-Media, algemeen directeur van HJ Media Groep.



Hans Klaasse, directeur Strategie & Organisatie vult aan dat juist op deze wijze reclamebudget geen bodemloze put wordt en niet resulteert in het verbranden van veel geld, maar veelmeer een 'winstversneller' is. "Wij zien echt het effect van onze bemoeienis. Wij denken met de klant mee en zoeken naar de juiste strategie. Wij hebben eigen dataspecialisten die aan validatie en verrijking van de data doen. Door slimme databestanden te bouwen kunnen we koopgedrag sturen. Het gaat om het juiste aanbod gekoppeld aan de juiste boodschap. Daarom komen de door ons ontwikkelde loyaliteitsprogramma's niet alleen sympathieker over bij de klant maar zij zorgen ook voor binding en beleving. Wij maken het verschil in onze branche. Wij doen niet interessant maar zijn interessant. Van het bedenken van een nieuwe herkenbare huisstijl tot het opzetten van een landelijke media campagne. Wij doen het met passie en plezier!"

Strategie
Loyaliteit
Creatie



Communiqueert met beleving

VOOR ELKE SITUATIE EEN PASSENDE AUDIOVISUELE OPLOSSING

Wij verkopen én installeren beeld- en geluidsinstallaties bij organisaties in verschillende branches.

Onze afdeling verkoop is gespecialiseerd in vaste audiovisuele installaties voor vergaderzalen, boardrooms en restaurants. Slimme ontwerpen en inbouwtechnieken maken het mogelijk om in deze ruimtes beamers elektrisch in het plafond te laten verdwijnen! Wij kunnen u zelfs in de moeilijkste fysieke en technische situaties een oplossing bieden. U kunt vrijblijvend contact met ons opnemen om uw wensen te bespreken.

CT-AV
IS FLEXIBEL,
LEVERT MAATWERK
EN ONTZORGT

CT-AV
Dé audiovisuele inrichters

Voor meer informatie of voor het aanvragen van een offerte e-mail of bel (010) 438 58 59.

CT-AV Hoefsmidstraat 44a | 3194 AA Hoogvliet | **T** +31 (0)10 438 58 59 | **E** info@ct-av.nl | **W** www.ct-av.nl

get serious

ABOUT **SALES**

Specialist in omzetverbetering en resultaatverbetering, verkoopstrategieën, verkoopplannen en interim management.

MIKE SIER
SALES BUSINESS EXPERT

www.mikesier.nl





Column

Werken met tegenzin? Niet doen!

Niets is geestdodender, vreselijker en destructiever dan werken met tegenzin. Het is slecht voor geest en lichaam. Mensen die met tegenzin werken, werken eigenlijk niet. Ze zijn negatief en steken anderen aan met hun desastreuze gedrag. Kortom, weg ermee! 'Makkelijker gezegd dan gedaan', denkt u wellicht. 'Lekker onderwerp voor een column', vindt een ander. En toch is het waar. Ik ga het u proberen uit te leggen.

Ieder mens kent een ideaal. Mijn buurvrouw wilde vroeger bijvoorbeeld ballerina worden. Ik had het er laatst met haar over. 'Het is niet gelukt, Hans. Maar ik ben er niet minder gelukkig om. Mijn huidige baan als docent lichamelijke opvoeding is eigenlijk veel leuker. Ik heb er iets van proberen te maken. Het probleem is dat een mens beter weet wat hij niet wil, dan dat hij weet wat wel goed voor hem is. Die zoektocht is voor mij goed uitpakkt'. Ik keek haar bemoedigend aan toen zij mij uitzwaaide. Ik zag in haar geen ranke slanke ballerina, maar een gespierde afgetrainde sportlerares. Lachend dacht ik: 'Gelukkig maar dat zij bijtijds tot de ontdekking is gekomen wat wél in haar mogelijkheden lag. Ik moet er niet aan denken dat....!'

Misschien wilde u vroeger wel havenzanger worden. U bent echter op dit moment wellicht kraanmachinist, baas van een kolonne vrachtwagens, havenbaron of directeur van een berg containers. Carrière mislukt? Welnee. U heeft de liefde van uw leven gevonden in de baan die u uitvoert. U had wellicht veel noten op uw zang maar nu is de wereldbol uw speelveld. Immers, transport en logistiek is een grenzeloze business. De nieuwsgierigheid is gebleven en de passie toegenomen. U heeft een groot netwerk en de vrijheid van het ondernemen heeft gezorgd voor spannende momenten, diepe dalen en uitdagende hoogtepunten. De artiest in u heeft het sentiment aangegrepen om het publiek (de klant) tevreden te stellen.

De boodschap? Durf je droom te dromen. Dromen zijn mooi. Ondernemersdromen zijn spannend. Probeer ze te realiseren. Dromen zijn bereikbaar voor hen die durven, die lef hebben en niet bang zijn te falen. Blijf geloven in jezelf en in wat je doet. En bedenk: 'Zonder hard werken, doorzettingsvermogen en vasthoudendheid kom je nergens!'

Hans Klaasse



Hans Klaasse

Ing. Hans Klaasse MBA CMC is als directeur Strategie & Organisatie verbonden aan HJ Media Groep.

Hans adviseert ondernemers op het gebied van branding, het ontwikkelen van de verkooporganisatie en marktstrategie.



HJ Media Groep

Voorzand 24
2984 BH Ridderkerk

T: 0180 - 33 16 00
I: www.hjmediagroep.nl



TOPVROUWEN 2020

Redactie: Hans Klaasse

Port of BUSINESS Events organiseert in de eerste maanden van het komende jaar de verkiezing 'TOPVROUWEN 2020'. In de februari- en maartnummers van Port of BUSINESS zullen wij ruimschoots aandacht besteden aan de kandidaten. De kandidaten komen bij voorkeur uit het Rijnmondgebied, De Drechtsteden, de Hoeksche Waard en Voorne-Putten. De prijsuitreiking zal plaatsvinden tijdens het PoB event 'TOPVROUWEN 2020'.



Het belooft een uitermate boeiende verkiezing te worden"

Op dit moment is de organisatie doende om de criteria vast te stellen en is men bezig met het samenstellen van een deskundige jury. Het belooft een uitermate boeiende verkiezing te worden. In onze regio werken veel vrouwen die zich weten te onderscheiden in innovatief ondernemerschap, wetenschappelijke prestaties, maatschappelijke inzet en betrokkenheid bij verschillende initiatieven.

De organisatie is reeds gestart met een eerste selectie van geschikte kandidaten. Wij kunnen ons echter indenken dat u iemand wenst voor te dragen. Dat kan. U kunt hiertoe contact opnemen met de secretaris van de jury ing. Hans Klaasse

MBA CMC (hans@portofbusiness.nl) of de heer Kees van 't Zelfde (kees@portofbusiness.nl) Maak van deze gelegenheid gebruik om iemand waarvan u denkt de prijs te moeten winnen onder de aandacht te brengen.

Het event 'TOPVROUWEN 2020' levert de kandidaten veel publiciteit op. Het is de jury er erg veel aan gelegen om vanuit verschillende geledingen kandidaten ter beoordeling voorgesteld te krijgen. Wij roepen derhalve iedereen op om hieraan een bijdrage te leveren.

'TOPVROUWEN 2020' is een initiatief van Port of BUSINESS en HJ Media Groep BV.



Smakelijke bladpresentatie Port of BUSINESS bij De Giessen Kantoorefficiency / Aspect ICT

Redactie: Bianca van Helden en Annemieke Kuiper Fotografie: Annemieke Kuiper

Op donderdag 17 oktober vond tijdens een smakelijke lunch de bladpresentatie van Port of BUSINESS plaats. Ditmaal waren we te gast in de prachtige en ruime showroom van De Giessen Kantoorefficiency / Aspect ICT in Hardinxveld-Giessendam.

In de showroom keken de genodigden hun ogen uit en deden zij veel inspiratie op voor de inrichting van een bedrijfsruimte. Werkelijk alle denkbare kantoormeubilair, wanden en presentatiebeeldschermen zijn gebruikt om het pand sfeervol in te richten.

Kees van 't Zelfde van Port of BUSINESS bedankte in zijn openingswoord het gastvrije bedrijf en de komst van de aanwezige relaties. Tevens vertelde hij dat het rijke assortiment broodjes dat voor ons klaarstond was verzorgd door tankorganisatie Lukoil, eveneens member van Port of BUSINESS. Met het benoemen van de lekkere lunch was de link gelegd met het thema van de BUSINESS-magazines namelijk agri & food.

Bewonderen

Tijdens de bladpresentatie was het voor de aanwezigen mogelijk om de magazines vers van de pers te bewonderen. Op de cover van Drechtsteden BUSINESS prijkte Ton van Vugt van RAC en voor Rijnmond BUSINESS sierde Jaap Stok van JS Businessdrive en JS Shippingdrive de cover. Helaas konden door omstandigheden beide relaties niet aanwezig zijn op de bladpresentatie. Uiteraard hebben wij de ingelijste cover overhandigd aan beide heren.

Werkplek

Terwijl de gasten genoten van de uitstekend sma-

kende broodjes vertelde Jan Mudde van De Giessen / Aspect ICT over de geschiedenis van de organisatie en de vele mogelijkheden. "De Giessen / Aspect ICT is gestart in 1983 als (kantoor)boekhandel. In eerste instantie alleen voor consumenten maar later kwam er steeds meer vraag van ondernemers naar onze producten en diensten. De Giessen richt zich inmiddels op de inrichting van het kantoor en de fysieke werkplek. Voor het digitale deel van de werkplek kunt u bij Aspect ICT terecht. Daar helpen wij u met de benutting van ICT in de breedste zijn van het woord. Daarbij zijn duurzaamheid en gezondheid belangrijke elementen."

Taart en goodiebag

Na de inspirerende woorden van Mudde werd er tot slot een taart uitgereikt aan Rutger van den Berg van Visser & Visser. Als 'fan' van Port of BUSINESS was hij volgens Van 't Zelfde op social media een mooie ambassadeur voor het platform. Daarnaast was er natuurlijk voldoende ruimte voor goede gesprekken met collega-ondernemers en kregen alle aanwezigen na afloop van de bijeenkomst nog een goodiebag van Lukoil. We kijken terug op een geslaagde en inspirerende bladpresentatie. Het thema voor de volgende keer is transport - logistiek en mobiliteit, de magazines verschijnen 15 november 2019.





Klachten. Vervelend of waardevol?

Redactie: Hans Klaasse, geregistreerd ADR mediator

Verliest u weleens een klant vanwege een klacht? Dat is vervelend! Heeft er wel een een klant bij u geklaagd die u -bij nadere beschouwing- een wijze les heeft geleerd? Waardevol! Wat is het verschil? De eerste klant verdwijnt waarschijnlijk voorgoed terwijl de ander weleens een toekomstig ambassadeur kan worden. Een wereld van verschil dus.



Hoe goed een organisatie ook haar best doet, je kunt niet voorkomen dat er fouten worden gemaakt”

Kunt u zelf het verschil maken? Zeker. Maar daar moet u wel iets voor doen. Wat? De klant en de klacht serieus nemen. Niet teleurgesteld raken maar geïnteresseerd zijn. Het gaat immers om uw business. Laat de klant merken dat het belangrijk is dat hij zijn of haar verhaal verteld. Schrijf de gegevens, de omstandigheden en de uiteindelijk klacht nauwgezet op. Beoordeel pas wanneer het hele verhaal is verteld. Was is de reden van het ontstaan van de klacht en wie waren er bij betrokken? Geef de klant de ruimte om bij alle details stil te staan. Pas dan is het tijd om een oplossing te bedenken. Een oplossing waarmee de klant tevreden is. Of beter nog; een oplossing die de verwachting van de klant overtreft. Een goed opgeloste klacht zorgt voor een positief effect. Vergeet niet om de klant te bedanken voor het uiten van de klacht. Het is een leermoment. Waarom hebben zoveel ondernemers moeite met klantgedrag? Is het omdat ondernemers zich vooral concentreren op het behalen van resultaat en weinig waarde hechten aan lastige klanten? Ik ken ondernemers die snel geïrriteerd raken wanneer het even tegenzit. De klanten zijn lastig en de medewerkers nemen geen verantwoordelijkheid. Zij geven een ieder de schuld en blijven zelf het liefst buiten schot. In het ergste geval krijgen naaste collega's een 'veeg uit de pan' waar de klagende klant bij zit. Slecht voor de reputatie en zonde van de relatie met de klant.

Het is niet professioneel en het toont aan dat er onbeholpen met de klacht wordt omgegaan. Niet het proces, de medewerkers of het systeem hebben schuld, maar u, de ondernemer, dient passende maatregelen te nemen en oplossingen aan te dragen. Alles over uw kant laten gaan? Nee, maar wel begrip tonen en de verantwoordelijkheid nemen.

Hoe goed de organisatie ook haar best doet, je kunt niet voorkomen dat er fouten worden gemaakt. Het is echter een cadeautje wanneer de klant de moeite neemt om te klagen. Een klacht is een kans, las ik ergens. En dat is waar. Een kans op verbetering en een mogelijkheid om de klant alsnog tevreden te krijgen. Het geeft daarnaast de organisatie reden om te leren. Iedere uiting van ontevredenheid van de klant moet eigenlijk leiden tot evaluatie en rehabilitatie. Zorg dat het de volgende keer beter gaat. Processen verbeteren, de systemen op scherp zetten en de medewerkers beter instrueren. Zaken als leveringsbetrouwbaarheid, tijdigheid en volledigheid van leveranties zijn bronnen van tevredenheid. De klant van de klant klaagt het meest over het gebrek aan stiptheid en service. Dat straalt af op u -de ondernemer- en bezoedeld het imago van uw bedrijf. Toon dus altijd begrip aan een klager. Leer er van en zorg voor prompte en adequate oplossingen die hout snijden.



Column

De balans van de arbeidsmarkt

Op 1 januari aanstaande treedt de Wet Arbeidsmarkt in Balans (WAB) in werking. De eerste vraag die bij mij opkwam, is hoe je nu bepaalt of zoiets "in balans" is. Om dat te bepalen lijkt het me dat je een weegschaal nodig hebt. De oudste weegschaal is de menselijke hand. Op de uitgestoken hand gelegd, werd een hoeveelheid geschat naar gewicht. Iedereen zal begrijpen dat deze manier van wegen niet heel zuiver is.

Als oplossing hebben de Babyloniërs 7.000 jaar geleden weegschalen uitgevonden. Dat waren toen nog eenvoudige gelijkarmige balansen met onderhangende schalen. Bij het wegen werden gewichten op de ene schaal gelegd en het weeggoed op de andere. Deze manier van balansen is later door onder andere de Grieken, Romeinen en Fransen verbeterd. Het probleem bij de gewichten was uiteraard de zuiverheid van het gewicht. Dit werd ondervangen door de gewichten te ijken. Oude weegschalen gebruiken we nu niet meer. In de afgelopen decennia is de digitale weegschaal ontwikkeld. Voorlopig kan het niet zuiverder dan dat. Mijn conclusie is dus dat we de menselijke hand niet moeten gebruiken om te bepalen of iets in balans is.

Dan naar de nieuwe arbeidswet. We gaan weer terug naar de oude ketenregeling waarbij de werkgever en werknemer tijdelijke contracten gedurende drie jaar in plaats van twee jaar mogen afspreken. Hier kunnen we zeggen dat de naam Arbeidsmarkt wéér in Balans beter zou passen. Alle logische redeneringen om de termijn een aantal jaren geleden te verkorten, gelden blijkbaar niet meer.

De WAB introduceert een nieuwe ontslaggrond, namelijk de cumulatiegrond. Onder deze ontslaggrond zou de optelsom van omstandigheden uit twee of meer ontslaggronden tezamen een redelijke grond voor ontslag moeten opleveren. Dit geldt alleen voor de ontbindingsverzoeken die de rechter beoordeelt. De wet geeft hiervoor een aantal voorbeelden. Je kunt hierbij denken aan verwijtbaar handelen in combinatie met een verstoorde arbeidsverhouding. Daarbij moeten de omstandigheden zodanig zijn dat van de werkgever niet gevergd kan worden de arbeidsovereenkomst voort te laten duren. Ik vraag me hierbij af of werknemers dit als een betere balans zullen zien.

Om de balans te kunnen bepalen, moeten we kijken naar alles wat de wetgever in de weegschaal heeft gelegd. Een grote plus voor de werknemers is de transitievergoeding. Anders dan nu het geval is, krijgt een werknemer vanaf de eerste werkdag recht op een transitievergoeding. Nu is dat pas na een dienstverband van 24 maanden. Daarnaast wijzigt de opbouw van de transitievergoeding. De hogere opbouw na 10 jaar dienstverband komt te vervallen. Ook de overgangsregeling voor 50-plussers vervalt. Hiermee wordt voor alle dienstjaren de opbouw 1/3 van het maandsalaris.

Er zijn nog meer zaken die per 1 januari aanstaande zullen wijzigen. De balans moet blijkbaar worden gevonden in alle aanpassingen tezamen. De voordelen voor de werkgevers en werknemers wegen blijkbaar even zwaar waarmee de gehele arbeidsmarkt in balans is. Ik vrees dat de balans op individueel niveau, voor veel werkgevers én werknemers, ver te zoeken is. Een gevolg van het wegen "met de handen" van politici.

Jan van Neerbos



Jan van Neerbos

Partner Verstegen
accountants en adviseurs



**Verstegen accountants
en adviseurs**

Noordendijk 207
3311 RN Dordrecht
T: (078) 648 15 55
E: info@verstegenaccountants.nl
I: verstegenaccountants.nl



André Boer neemt stokje over van voorzitter Joop Hylkema van NexTech

Redactie en Fotografie: Annemieke Kuiper

NexTech, dat vorig jaar haar 100-jarige jubileum vierde, heeft niet alleen een brede bekendheid in de regio, maar vervult tevens een rol van betekenis in Zuid-Holland Zuid. De stichting staat voor technologische en innovatieve ontwikkeling. Onlangs heeft er een wisseling in het voorzitterschap plaatsgevonden door het vertrek van Joop Hylkema en de komst van André Boer. Wij spreken beide heren over deze wisseling, de rol van Nextech, de behaalde resultaten en uitdagingen voor de toekomst.

Hylkema heeft afgelopen zomer na twintig jaar afscheid genomen als bestuurslid, waarvan de laatste zes jaar als voorzitter. "Na twintig jaar is het tijd om de stichting te verlaten. Dit is goed want het geeft ruimte aan nieuwe personen met nieuwe inzichten en werkwijzen. Tegelijkertijd was het afscheid met pijn in mijn hart. We hebben met elkaar afgelopen jaren hard gewerkt om voor NexTech een bredere rol en positie te verwerven dan het van oudsher toekennen van individuele subsidies aan studenten voor hoger technische opleidingen. We hebben echt iets neergezet en opgebouwd, dat paste ook op persoonlijk vlak goed bij mij. Daarnaast hebben we in het bestuur ontzettend veel plezier gehad. Dit laatste is eveneens zo waardevol."

Leven lang leren

Hylkema vervolgt door te vertellen over de ontwikkelingen van de afgelopen jaren. "We hebben nagedacht welke rol de stichting nog meer zou kunnen spelen vanuit het perspectief een leven

lang leren en het majeure tekort aan technici." Boer, tevens directeur bij KROHNE, vertelt verder: "In het verleden heeft NexTech altijd al techniekonderwijs gestimuleerd in de regio maar promoot heden ten dage eveneens een leven lang leren. De wereld is snel in beweging en de veranderingen zijn enorm, zeker op het gebied van techniek. In korte tijd zijn we gegaan van automatisering, naar robotisering en big data. Tegenwoordig ben je er niet met het éénmalig behalen van een diploma, maar is het noodzakelijk om je voortdurend te blijven ontwikkelen. De snelheid van de veranderingen is anders niet meer bij te houden en sta je stil."

Financiële middelen

Om een leven lang ontwikkelen en leren te stimuleren stelt NexTech dan ook elk jaar financiële middelen beschikbaar voor alle technologische bedrijven die willen investeren in scholings- en onderzoeksprogramma's van hun hoger opgeleide medewerkers. Boer: "Door een financiële



NexTech

T: 078 639 00 20

W: nextech-innovatie.nl



bijdrage te leveren zorgen we dat er kennis aanwezig blijft bij de bedrijven en in de regio. Daarom juichen we ook de komst van HBO Drechtsteden toe. In de toekomst willen we ons bovendien richten op medewerkers op mbo-niveau. Zij zijn eveneens van belangrijke en vaak onmisbare waarde voor bedrijven in de regio. En dan hebben we het nog niet gehad over de scholarships. Door het beschikbaar stellen van studiebeurzen proberen wij gemotiveerde jongeren die kiezen voor een technische vervolgstudie te behouden voor de regio. Dat wordt nog eens versterkt doordat bedrijven nu ook een scholarship kunnen adopteren en de student zo direct aan hun bedrijf in de regio kunnen binden.



Het is essentieel dat NexTech alert blijft op de actualiteit en daar steeds op inspeelt

Grote inzet

Het is ons duidelijk dat NexTech vele (financiële) mogelijkheden biedt voor zowel technische studenten als voor technische bedrijven. Hylkema vertelt trots: "Deze mogelijkheden hebben wij alleen kunnen realiseren door de toewijding van het volledige bestuur. En de inzet is aanmerkelijk groter geweest dan gebruikelijk door bijvoorbeeld de vele bezoeken aan scholen maar ook de tijd die gestoken is in het beoordelen van de diverse aanvragen. Het heeft een behoorlijk appel gedaan op alle bestuursleden maar het heeft ze-



ker zijn vruchten afgeworpen. Tegelijkertijd heeft Barbara Keuzenkamp veel mogelijk gemaakt, doordat de financiële en administratieve organisatie is ondergebracht bij haar organisatiebureau Company Support. Hierdoor kregen wij als bestuur de ruimte om ons bezig te houden met besturen en de kans om vooruit te kijken."

Uitdaging

Hylkema zegt vervolgens: "Het is essentieel dat NexTech alert blijft op de actualiteit en daar steeds op inspeelt. Daarnaast hoop ik dat André Boer en het bestuur er net zoveel plezier aan beleven als ik dat afgelopen twintig jaar heb gedaan. De regio kent gerenommeerde bedrijven met innovatieve technologieën. Ook is er een prettige samenwerking tussen overheid, onderwijs en bedrijfsleven. De rol van bestuurslid bij NexTech was een groot voorrecht!" Boer haakt hierop in en zegt tot slot: "Wij zijn Hylkema erkentelijk voor de nieuwe koers die hij voor NexTech heeft ingezet en hoe hij met zijn enthousiasme het volledige bestuur daarin heeft meegekregen. Ik ben blij en trots dat ik het stokje mag overnemen. Als directeur van KROHNE zie ik in hoe belangrijk het is dat er voldoende technisch personeel beschikbaar is en dat medewerkers hun hele werkzame leven lang blijven ontwikkelen. Alleen zo kun je als bedrijf relevant blijven en stappen maken."

NexTech staat voor technologische en innovatieve ontwikkeling in de regio Zuid-Holland Zuid. Deze bijdrage bestaat uit het stimuleren van kennisontwikkeling, het bevorderen van de instroom en het behoud van technisch hoger opgeleiden in de regio Zuid-Holland Zuid. Om dit doel te bereiken, stelt zij financiële middelen beschikbaar aan gevestigde technologische bedrijven en hun individuele medewerkers én aan studenten die kiezen voor een technische studie.



Links: Joop Hylkema Rechts: André Boer



Meld uw bedrijf aan voor de Innovation Award ZHZ 2020

Redactie: Hans Klaasse

Op woensdag 27 mei 2020 is het weer zover. Inmiddels voor de zevende maal wordt op deze datum de Innovation Award ZHZ uitgereikt. Een feest voor allen die de regio Zuid Holland-Zuid en innovatie een warm hart toedragen. Het gaat er ieder jaar weer spannend aan toe.

Innovatie is de levensader van een onderneming. Immers, alles is in verandering, het moet steeds beter en effectiever. Bedrijven die innovatie hoog op de agenda hebben staan doen het significant beter. Daarom staat deze prestigieuze award ook zo in de belangstelling van overheid en bedrijfsleven. Wie gaat in 2020 met de eer strijken? U wellicht? Meld u aan! De prijsuitreiking zal plaatsvinden op een sfeervolle locatie in Dordrecht. Het belooft een mooie happening te worden met veel netwerk mogelijkheden en volop contactmomenten.

De Innovation Award ZHZ is eigenlijk niet meer weg te denken uit de regio ZHZ. Ieder jaar is het weer een regionale happening die precies aansluit op de bedrijvigheid die dit werkgebied zo typeert. Technische bedrijven die ware hoogstandjes bereiken met nieuwe vindingen en dienstverlenende ondernemers die nieuwe concepten weten te bedenken en succesvol op de markt introduceren. Samenwerkingsverbanden

die inzetten op vernieuwing en innovatie. Het bruist in de regio. Er zijn in de regio ZHZ veel nieuwe initiatieven ondernomen. De jury is dan ook niet bang of er voldoende aanmeldingen van kandidaten zullen zijn voor de Innovation Award ZHZ 2020. Er is talent in overvloed.

U kunt zich vanaf heden aanmelden op de website van Innovation Award ZHZ 2020: www.innovationawardzhz.nl. U kunt ons ook attenderen op kandidaten. Het gaat om technologische en niet-technologische innovaties. Criteria zijn o.a. het ontwikkelen van nieuwe producten, de sterke verbetering van bestaande producten of diensten- en innovatieve processen waarmee producten of diensten worden voortgebracht. Niet technologische innovatie betreft vernieuwing van organisaties, succesvolle samenwerking tussen organisaties, waarbij vernieuwing en verbetering is bereikt. Ga eens na of u wellicht in aanmerking komt voor deze Innovation Award ZHZ 2020. Zo ja, meld u snel aan!



Aanmelden als kandidaat:

Hoe kunt u zich aanmelden?

U kunt zich wenden tot de secretaris van de jury Arie van den Herik, emailadres: secretaris@innovationawardzhz.nl Hij is graag bereid u alle nader gewenste informatie te verstrekken.

Hoe wordt u partner?

Draagt u de Innovation Award ZHZ 2020 een warm hart toe of wilt u als sponsor betrokken zijn? Neem dan contact op met Kees van 't Zelfde, emailadres: kees@innovationawardzhz.nl



INNOVATION
AWARD **ZHZ**



Bedrijven die innovatie hoog op de agenda hebben staan doen het significant beter"



ACCOUNTANTS MET TOEGEVOEGDE WAARDE

Verstegen accountants en adviseurs is een middelgroot kantoor met vestigingen in Dordrecht, Assen en Hoofddorp. Op basis van jarenlange ervaring en een focus op kwaliteit staat ons solide team een breed scala aan klanten bij in het MKB en de publieke sector.

Samenwerken met ons betekent korte lijnen en direct contact met uw vaste en deskundige accountteam. Vanuit hun uitgebreide kennis en brede, ook internationale, perspectief denken ze met u mee en kijken samen met u naar de toekomst. Zo bent u steeds goed voorbereid.

Vind ons op social media:



OMDAT HET
GAAT OM MEER
DAN CIJFERS.

Benieuwd wat wij voor u kunnen betekenen?

MAAK EEN AFSPRAAK OM KENNIS TE MAKEN



FrisFacilitair

Bijzonder goed geregeld

www.frisfacilitair.nl

SCHOONMAAK

WASSERIJ

FRISZORGMAATJE

SCHOLING

RE-INTEGRATIE

HYGIËNE-ARTIKELEN

SPECIALISTISCHE DIENSTEN

Pascalstraat 70
3316 GR Dordrecht

078 6178811
info@frisfacilitair.nl



Column

CO₂ uitstoot, stikstof, fijnstof, PFAS, het treft ons allemaal

Voor het schrijven van een column over water en maritiem ben ik te rade gegaan bij één van onze experts op dat gebied, Bram Muller CEO van Muller Dordrecht. Een uiterst nuttig gesprek waarover ik u graag informeer.

CO₂ uitstoot, stikstof, fijnstof, PFAS; je kan de krant niet open slaan of we hebben het er over. Beaalde aannemingsprojecten (droog en nat) worden aan de voorkant plat gelegd, omdat er gewoonweg geen vergunningen worden verleend door de wetgever. De uit te voeren projecten voldoen niet aan de strenge Europese milieueisen, waaraan een klein land als Nederland met zoveel mensen en activiteiten in veel gevallen niet kan voldoen. Voor de grotere Europese landen ligt dat al heel anders, omdat hun uitstoot van schadelijke stoffen relatief lager ligt dan bij ons, simpel vanwege het feit dat deze landen meer vierkante meters hebben.

In Nederland gaat het nu zelfs zo ver dat bedrijven medewerkers moeten ontslaan en zelfs failliet gaan. Nu is het natuurlijk goed dat wij in de vaart der volkeren onze planeet in ogenschouw moeten nemen en dat milieu een belangrijk item is, alleen moeten we ons wel afvragen of we nu wel goed bezig zijn. Op de één of andere manier hebben onze ambtenaren zitten slapen terwijl deze te strenge regels voor Nederland in Brussel zijn opgesteld.

Wat voor consequenties heeft bovenstaande nu voor onze scheepvaart? Tot op heden wordt er door deze bedrijven nog niet veel gepiept, maar als dit langer gaat duren wordt ook de scheepvaart gedupeerde. Nu moet er wel onderscheid gemaakt worden tussen Binnenvaart en Zeevaart. De binnenvaart zal daarvan als eerste geraakt worden als dit langer gaat duren, gewoonweg omdat er minder bouwstoffen vervoerd zullen worden. Geen projecten, geen transport. Zo simpel is het eigenlijk. Daarnaast hebben de baggerbedrijven nu al een probleem in Nederland, want in het baggerslib zit zoveel PFAS dat zij het slib nergens kwijt kunnen. Met name de kleine baggeraars in Nederland ondervinden daar nu al de nodige problemen van en worden stevig geraakt.

Indien dit uiteindelijk nog langer gaat duren zal ook de zeevaart hier last van gaan krijgen, want ook zij vervoeren internationaal bouwstoffen naar Nederland.

En wat betekent het nu voor Muller Dordrecht, sleepdienst en zwaar transporteur over het water..... Tot op heden is er nog rust en ondervindt Muller nog geen nadelige gevolgen van bovenstaande. Dit komt voornamelijk omdat haar omzet voor 70% uit buitengaats activiteiten bestaat, waaronder bijv. de aanleg van windmolenparken op zee. Aan de andere kant als door alle milieubeperkingen bijv. de verhoging van de Afsluitdijk wordt plat gegoooid, zal Muller wel nadeel ondervinden, omdat in zo'n nat werk sleepboten, duwboten, splijtbakken en pontons nodig zijn.

De conclusie is eigenlijk dat alles in elkaar grijpt en als de één geen werk heeft dit weer consequenties heeft voor de ander. Kortom, een domino effect waarbij de economische gevolgen zeer negatief voor Nederland zullen zijn.

Het lijkt mij daarom wijs dat onze premier Rutte in Brussel eens flink van zich laat horen en dat dit milieuprobleem snel tot een einde komt en het verder in goede, pragmatische, banen geleid wordt.

Jacob Klink



Jacob Klink
Voorzitter Werkgevers
Drechtsteden



WERKGEVERS
Drechtsteden

Werkgevers Drechtsteden

Postbus 931
3300 AX Dordrecht

T: 078 639 0033
E: info@werkgeversdrechtsteden.nl
I: www.werkgeversdrechtsteden.nl



Column

Anders dan 'vroeguh'

Mobiliteit kenden we 'vroeguh' – toen er nog kuilen waren, geen drempels – als iets dat onlosmakelijk verbonden was met het je verplaatsen van A naar B. Die betekenis geldt overigens nog steeds voor alle vervoer.

Daarna werd het begrip 'mobiliteit' ook iets dat mensen in beweging zet: arbeidsmobiliteit. De overeenkomst is, dat zij ook als het ware van A naar B gaan; maar op het banenvlak.

Vinden, binden, boeien

Binnen het aloude adagium van 'vraag' en 'aanbod' gaat het er bij arbeidsmobiliteit om dat het bedrijven lukt vacatures snel op te vullen. Door mensen te vinden, te binden en te boeien aan het bedrijf. Blijvend te boeien en te binden; zo lang mogelijk. Want je zult rekening moeten houden met de kenmerken van de jongere generaties: ze zijn sneller vertrokken dan ooit, want ze zijn onrustiger.

Leven lang

Opleiding is één van de 'wapenen' om medewerkers te boeien. In een tijd waarin ze overal lezen en horen dat 'een leven lang leren' heel normaal is, zijn medewerkers nieuwsgierig naar wát ze kunnen leren en hoevéél ze daar beter van worden; emotioneel/rationeel en financieel.

Spanning

Boei medewerkers door ze op hun niveau veel gelegenheid te geven cursussen, trainingen, workshops en dergelijke te volgen. Zelfs sabbaticals tellen mee. Houd je ze dan langer vast? Met meer kans. Want jongere generaties zijn zakelijk. Als de 'spanning' eruit is, gaan ze. Ook als ze een training moeten terugbetalen (wat de nieuwe werkgever...). Algemeen geldt dat je lagere kosten van uitstroom hebt als je mensen houdt en dus besparing van kosten voor vervanging. Geen enkel sollicitatietraject is voordelig.

Flexibele schil

Wat dat met jonge of ervaren zelfstandig ondernemers zoals leden van CJBD te maken heeft? Alles. Zij hoeven die spanning niet te zoeken. Die hebben ze al van hun ondernemerschap. Met een jong of al langer bestaand bedrijf. Ze zijn daarom loyaal aan hun klant. En zij moeten doorlopend zélf bijleren door eigen studie-initiatieven. Mede doordat ze regelmatig 'in keukens kunnen kijken', is dit een aantrekkelijke groep. Interessant als back-up, als stand-in of als tijdelijke aanvulling op de bestaande workforce ('extra handen aan de klus'). Je flexibele schil kan maar effectief gevuld zijn.

Harry Eskes



Harry Eskes

Voorzitter Contact Jonge Bedrijven Drechtsteden (CJBD)

E: voorzitter@cjbd.nl
Elda PR communicatieregie
M: 06 53 921 923

Foto: Anke Bot Fotografie



Contact Jonge Bedrijven Drechtsteden (CJBD)

Postbus 530
3300 AM Dordrecht

E: info@cjbd.nl
I: www.cjbd.nl

Volgend nummer - december 2019

Financiën

Traditiegetrouw blikken we in het decembertijdschrift terug op het afgelopen jaar. Heeft het jaar ons gebracht wat we er vooraf van hadden verwacht of zijn zaken toch anders gelopen? In de loop van het jaar gebeuren er vaak zaken die we zelf niet kunnen beïnvloeden, maar waar je als onderneming of ondernemer toch knap last van kan hebben. Neem alleen maar de dreigende Brexit, de handelsoorlog tussen de VS en China. Maar bijvoorbeeld ook zaken als de stikstofcrisis, die voor veel onrust en protesten bij boeren zorgen en de bouwsector lam legt. Verdere verduurzaming is het sleutelwoord in deze, maar het heeft wel een enorme impact in deze sectoren. Maar het is tevens van betekenis voor de hele keten van (toe)leveranciers tot eindgebruikers.

Financieel specialisten, waaronder een hoogleraar, laten in dit laatste nummer van het jaar hun licht schijnen op de financieel economische ontwikkelingen.

Wilt u uw omzet nog een laatste impuls geven dit jaar, neem dan contact op met Kees van 't Zelfde (M: 06-51429756. E-mail: kees@portofbusiness.nl) of met Jurgen Klapwijk (M: 06-23965575. E-mail: jurgen@hjmedia-groep.nl). Zij doen u graag een interessant voorstel!



Sluitingsdatum:
Woensdag 27 november

Verschijsing:
Vrijdag 20 december



Agenda

19
dec

Bladpresentatie editie 8

Thema: Financieel

Locatie: HJ Media Groep,

Voorzand 24 in Ridderkerk

Meer informatie?

Ga naar portofbusiness.nl/evenementen of scan de QR code.

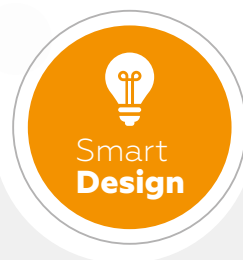


Fortune biedt professionele koffieautomaten, koffie en bijbehorende ingrediënten voor op het werk.

Fortune Coffee regio Rijnmond | 0180 - 414 203
rijnmond@fortune.nl | fortune.nl





HJ Media Groep





‘Wij houden ons bezig met storytelling en zetten de klant of ‘ontvanger’ centraal.’ hjmediagroep.nl

HJ Media Groep communiceert met **beleving**. Ons inleven in de klant, dat is wat wij graag doen. Op elk vakgebied hebben wij **professionals** in dienst die gezamenlijk voor één doel gaan, **jouw doel!**

 **Smart Design** Strategisch, creatief en met een duidelijke missie creëren wij een persoonlijk ontwerp.

 **Smart Online** Wij verzorgen het gehele traject, of dat nu gaat om ontwerp, onderhoud of optimalisatie van websites.

 **Smart Content** Wij vertalen je verhaal tot de essentie. Want jouw boodschap op de juiste manier overbrengen, dat is de sleutel tot succes.

 **Smart Media** Met Smart Media spelen we doelgericht in op de interesses en de behoefte van de ontvanger. Het rendement is bewezen hoger.

Communicatie met beleving

0180 - 33 16 00
info@hjmediagroep.nl