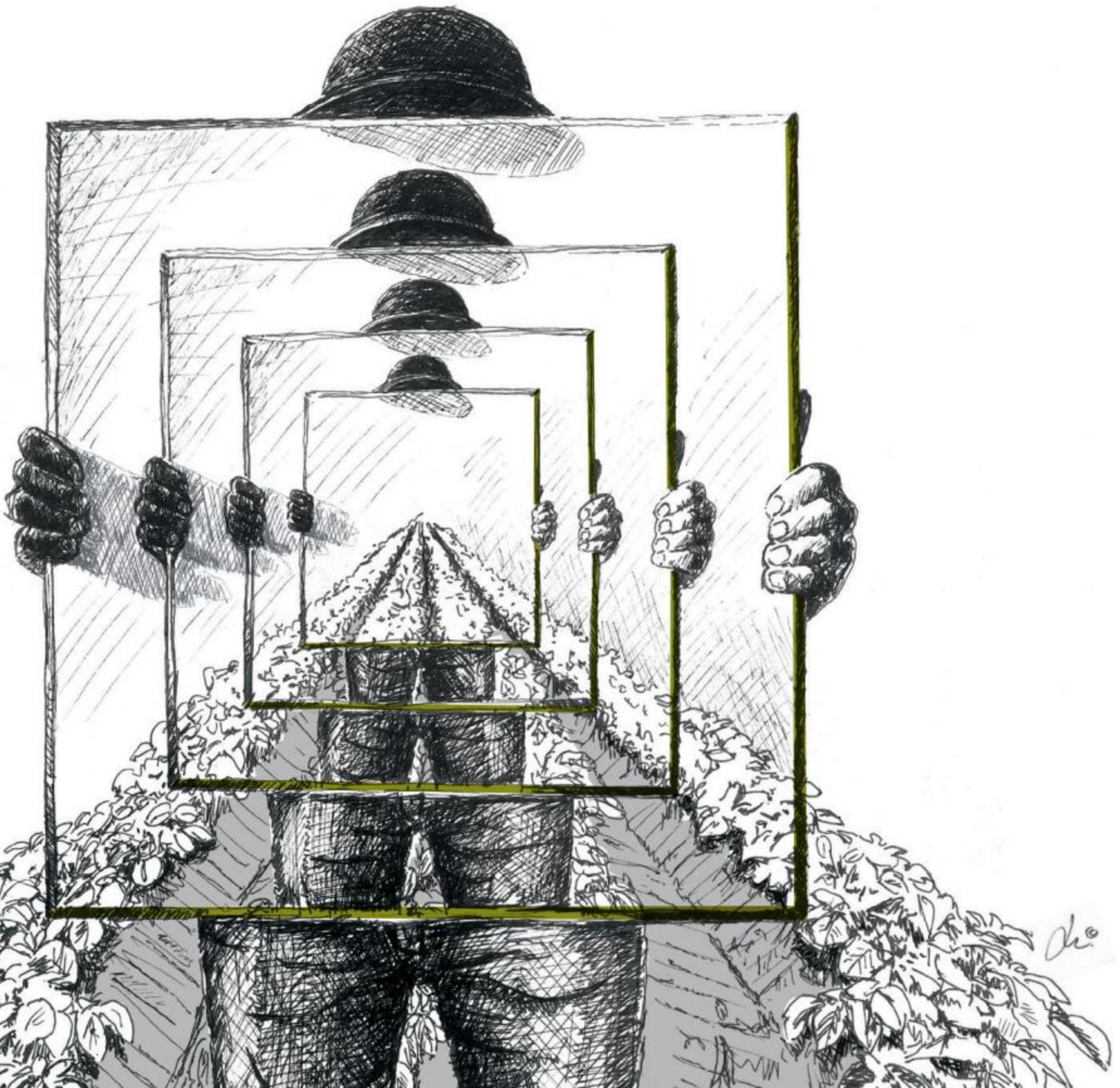
top

Economische toplocatie van Nederland

Nummer 7 / zomer 2018 / www.zonregiozwolle.nl

zon'

PLATFORM VOOR KENNISDELING, INNOVATIE EN ECONOMISCHE ONTWIKKELING IN DE REGIO ZWOLLE



REGIO ZWOLLE

top

Economische toplocatie van Nederland

#ZONregiozwolle

REGIO ZWOLLE

Foto's: MarketingOost / Archief

INFRASTRUCTUUR VOOR DUURZAME GROEI

Het afgelopen jaar hebben ondernemers, overheden en onderwijsinstellen – verenigd in de Economic Board Regio Zwolle (EBRZ) – gewerkt aan de economische agenda voor de Regio Zwolle 2018 – 2022. Al jaren staat Regio Zwolle in de top 10 van best presterende economische regio's van Nederland en deze positie wil zij graag behouden. Regio Zwolle bouwt met de nieuwe economische agenda verder op haar goede infrastructuur voor duurzame groei.

De nieuwe economische agenda focust zich allereerst op de sectoren die vanuit de vorige economische agenda bewezen succesvol waren: kunststoffen, health en agri-food. Daarnaast geeft de nieuwe agenda extra aandacht aan sectoren die voor de regio belangrijk en veelbelovend zijn, zoals logistiek, vrijetijdseconomie en e-commerce. Verder liggen er kansen in economische trends. Zo zijn de opkomst van de slimme maakindustrie, toenemende aandacht voor circulaire productieketens, innovatie en vernieuwend ondernemerschap van invloed. Dit vraagt andere strategische keuzes, bijvoorbeeld door nog meer te investeren in human capital en door intensievere bovenregionale en internationale samenwerking (ebrz.nl/economischeagenda/).

Duurzaamheid is het thema van dit nummer van ZON'regio Zwolle. Een thema dat goed aansluit bij onderwerpen uit de economische agenda van de Regio Zwolle. In de ecologie is duurzaamheid de eigenschap van biologische systemen om voor onbepaalde tijd divers en productief te blijven. In de economie geldt dit ook. In de Regio Zwolle is door de verschillende O's – overheden, onderwijs, onderzoek en ondernemers - ook gebouwd aan een duurzaam ecosysteem om uitvoering te geven aan de economische agenda.

Dit systeem bestaat uit instellingen zoals Kennispoort, Polymer Science Park (PSP), het cluster Agri & Food en het Health Innovation Park. Over het PSP en het cluster Agri & Food kunt u meer lezen in dit themanummer en specifiek wat ze doen op het gebied van duurzaamheid. Daarnaast gaat dit themanummer ook in op duurzame inzetbaarheid van mensen. Een item dat centraal staat in de nieuwe human capital agenda van Regio Zwolle. Voor Regio Zwolle is het de komende jaren van belang om het diverse en productieve economisch ecosysteem in stand te houden. Dit vraagt blijvende verantwoordelijkheid en investeringen bij zowel de overheden, ondernemers, onderwijsinstellingen en overige partners. Samen aan de slag voor gezonde en duurzame groei van de Regio Zwolle.

Ik wens u veel leesplezier.

Trudy Huisman
Voorzitter Economic Board Regio Zwolle

INHOUD

ONZE HORIZON

06 Meer oogsten met minder regels

10 Zonneheerdt , inspireren met gezond voedsel

12 Green Organics, een naadloos sluitende keten, dát is duurzaam

14 Aeres Hogeschool, kweken in een flat met led

16 Brouwer Biocentrale , lokaal familiebedrijf verduurzaamt wereldspeler

GEZONDHEID

18 Duurzame inzetbaarheid. Dat doe je er niet eventjes 'bij'

22 HumanCapitalCare begeleidt bouwer naar nóg meer wendbaarheid

24 Oost NL, met fotonica naar een duurzamere wereld

26 Van Gelder houdt zijn mensen in beweging

27 Port of Zwolle onderscheidt zich met duurzaamheid

28 Duurzame tuinbouw in de Koekoekspolder

29 Vogellanden, waar het stramien eindigt, start het welzijn

30 Moveren, stilstaan in beweging

32 Deloitte, impact versus euro's

INNOVATIE

34 'Kennispoort zet mensen bij elkaar die zorgen voor vonken'

36 Rabobank, recordaantal bedrijven gaat Circulair Economy Challenge in regio Zwolle aan

38 Gemeente Zwolle, de (snel)weg naar innovatie

40 Weever, circulair bouwen staat voor samenwerking

ONDERWIJS

42 Een kans om met e-commerce te starten

46 Raalter ondernemers veroveren het web

49 Made in Regio Zwolle

50 Deltion, zet nu je deuren open voor de medewerker van morgen

52 Hatland verovert Europa, vanuit Hattemerbroek

55 Gemeente Elburg, het sámen goed hebben, dat is belangrijk

ECONOMIE

56 Polymer Science Park, broedplaats voor innovatie

60 Smit de Vries, 'blijf de lat hoger leggen'

62 Aeres Hogeschool, inspiratie, diepgang en verbinding door WaardeNspel

64 Skin Effects, apothekers streven naar betaalbare en laagdrempelige huidzorg

24

18

30

34

42

52

56

60

64

Even voorstellen, de deelnemers van het rondetafelgesprek

Jaap Kodde
bestuurslid Flevofood, de netwerkvereniging van en voor Flevolandse voedselbedrijven

Bettie Tijsseling
studieleider Tuin- en akkerbouw en Agrarisch ondernemerschap op Aeres Hogeschool Dronten

Geert Kuipers
projectleider van het Agri&Food Innovatiecluster bij Kennispoort regio Zwolle

Herman Vermeer
boer en ondernemer bij Plus Ultra BV in Swifterband

Aat de Jonge
burgemeester van Dronten en bestuurlijk trekker van het Cluster Agro en Food regio Zwolle

Hoe kijken we in de regio Zwolle aan tegen duurzaam, gezond voedsel? Vijf kopstukken uit agro en food buigen zich over verschillende vragen, tijdens het rondetafelgesprek van ZON'regio Zwolle.

tekst: Mirjam van Huet fotografie: Peter Timmer

Duurzaam gezond voedsel

MEER OOGSTEN MET MINDER REGELS

Wat verstaan jullie onder 'duurzaam geproduceerd voedsel'?

Jaap Kodde: 'duurzaam begint bij bewustwording. Je moet de consument meenemen in het productieproces. Supermarkt Plus doet dat goed. Die schetst een beeld van de agrariër en legt uit wat die doet.'

Aat de Jonge: 'waar ik dan weer niet tegen kan, is 'tweede gratis'. We voeden mensen op met het idee dat voedsel goedkoop moet zijn. We moeten leren dat voedsel een prijs heeft.'

Jaap Kodde: 'duurzaamheid zit 'm ook in andere dingen. In techniek bijvoorbeeld. Mijn zoon runt een akkerbouwbedrijf. Laatst vertelde hij me, 'ik heb gps voor de kunstmeststrooier gekocht'. Ik zei, dat hoeft toch niet, want je hebt toch gps op de trekker. 'Ja', zei hij, 'het is duur, maar ook duurzaam'. Waar zit 'm die winst nou in? Dankzij gps strooit hij uitsluitend op de plekken waar het nodig is. Zo voorkomt hij verspilling en houdt hij het land optimaal.'

Geert Kuipers: 'als we beter omgaan met de bodem en we laten consumenten betalen voor wat ze krijgen, dan komen we er wel. Snel en goedkoop zijn op veel plekken het uitgangspunt geworden.'

Jaap Kodde: 'de producten worden opgefokt?'

Geert Kuipers: 'veel is gesjeesd spul geworden. We moeten het proces gewoon weer laten verlopen zoals het vroeger ging. Pandriks Bake Off uit Meppel doet dat. Die bakkerij heeft het ambacht uit 1850 naar nu gehaald. Als je het langer in de oven houdt, krijg je een beter product.'

Herman Vermeer: 'ik lever als boer alleen nog aan partijen die op een verantwoorde manier in de keten werken. Daarom zaai ik alleen gekleurde wortelen, want die gaan via Martin Topper van Zonneheerdt op een verantwoorde manier naar de mensen.'

Bettie Tijsseling: 'ik vind het duurzaam als de volgende generaties ook nog kunnen boeren. ›

Daarom is aandacht nodig voor onder andere bodemvruchtbaarheid, omgeving, milieu, ondernemer en het financiële plaatje.'
Aat de Jonge: 'ik noem dat rentmeesterschap. Het gaat over jouw grond, over de mensen die bij jou werken, over jouw kleinkinderen, over jouw product, over hoe jij het vervoert. Vraag jezelf af: belast of ontlast ik de aarde? Is er nog wat over voor de volgende generaties?'
Jaap Kodde: 'door verbindingen te leggen tussen bedrijven, kunnen we ook duurzamer produceren. Breng dier en plant weer bij elkaar, maak de cirkel rond. Mijn zoon ontvangt mest voor zijn land van een veebedrijf uit de buurt.'

Mag de overheid het bedrijfsleven tot duurzame productie dwingen?

Geert Kuipers: 'hoe meer regels, hoe meer fraude. Als gemeente kun je wél een voorbeeld stellen. Amsterdam zei als eerste 'we gaan van het gas af'. Zo kan het ook qua voedselproductie.'
Herman Vermeer: 'maar dan verschuif je het probleem misschien naar een andere gemeente. Voor dwingen of verbieden voel ik niets. De gemeente kan beter zorgen dat het leuk is om bewust te boeren in Dronten. Ik zie meer heil in een positieve benadering: 'wij zoeken kippenboeren die het zus of zo aanpakken'. En natuurlijk kan een gemeente ondernemers de ruimte geven om mee te denken. Dat gebeurt in Dronten al. Ik ben als ondernemer betrokken geweest bij ontwikkelen van de Sociaal Economische Agenda (SEA) voor Dronten.'
Aat de Jonge: 'in zo'n SEA-werkgroep zitten mensen die weten wat er speelt. Als er iets uit komt, moet de gemeenteraad daar dan ook iets mee doen, vind ik. Omarm de uitkomst. Naast de formele democratie is er namelijk ook zoiets als de maatschappelijke democratie.'
En dan, een tikkeltje ongeduldig: 'Ik ben benieuwd naar jullie antwoord op de vraag. Moeten gemeenten in bestemmingsplannen gaan noemen wat er op de betreffende locatie moet en mag, zoals bijvoorbeeld biologisch boeren?'
Bettie Tijsseling: ''moeten' kan ondernemerschap remmen. Ga ervan uit dat ondernemers goede dingen willen doen en stimuleer dat.'
Jaap Kodde: 'ik pleit ook voor minder regels. Boeren zitten gevangen in regels en richtlijnen. De bank zegt tegen een boer: 'je moet x-aantal aardappels contracteren'. Wat doet een boer dan? Die kijkt welk ras het meest opbrengt. Allerlei andere afwegingen, zoals wat duurzaam is, verdwijnen naar de achtergrond.'
Aat de Jonge: 'zelf vraag ik me af, waarom zitten ambtenaren die bezig zijn met agro en food toch steeds in het gemeentehuis? Moeten die niet het hok uit?'
Bettie Tijsseling: 'geen gek idee, een fysieke plek waar mensen samenkomen. Studenten, ondernemers, ambtenaren, ik zie het wel voor me.'

Wat doen jullie als consument in het kader van duurzaam gezond voedsel?

Herman Vermeer: 'het klinkt simpel, maar het is doeltreffend: ik koop appels en boontjes uit Nederland, in plaats van geïmporteerde groenten en fruit. En restjes eten geef ik aan de dieren thuis.'
Jaap Kodde: 'zo doen wij dat in de supermarkt ook. Kijk waar het vandaan komt, voordat je het koopt. Onnodig transport wil ik niet stimuleren.'

Bettie Tijsseling

Studenten verbinden boeren en burgers

Geert Kuipers: ‘als een kind tussen nul en vier jaar ziet en ervaart hoe voedsel groeit, eet het zijn leven lang gezonder. Daar besteed ik thuis met de kinderen dus aandacht aan. Zelf verdiep ik me ook in hoe voedsel tot stand komt. Als je eens komkommers uit eigen tuin hebt gehad, weet je hoe ze horen te smaken. Wat ik zelf nog graag zou zien, is meer voorlichting aan de consument. Food waste begint namelijk bij onszelf. Sommige mensen bewaren aardappels in de zomer bij 28 graden. En dan gooien ze die weg zodra er een scheut uit komt. Ondernemers kunnen op de zak zetten hoe je ze het best bewaart.’

Herman Vermeer: ‘op zich ben ik het ermee eens, maar de producent heeft geen tijd voor voorlichting. Als boer ga ik eerst planten en zaaien. Heb ik dan nog tijd over, dan wil ik de kantjes maaien. Met andere woorden, ik kom er niet aan toe om voor te lichten. Aan de andere kant, willen we als ondernemers maatschappelijk verantwoord handelen, dan moeten we er misschien ruimte voor maken.’

Bettie Tijsseling: ‘onder studenten komt er steeds meer aandacht voor het verbinden van boeren en burgers. Studenten doen bij ons in het derde jaar van hun opleiding een proeve van bekwaamheid. Vorig jaar koos een groep studenten ervoor om scholieren voor te lichten. Ze gingen onder andere langs basis- en middelbare scholen met het verhaal ‘van tomatenzaad tot ketchup’.’

Wat is nodig om duurzaam geproduceerd voedsel een kans te geven?

Geert Kuipers: ‘wat in de lineaire economie wordt gezien als afval, is in de circulaire economie een grondstof. Er zijn goede ideeën van ondernemers, die deze duurzame gedachte omarmen, maar ze worden gefrustreerd door regels. Een ondernemer in mijn omgeving deed iets innovatiefs waar de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit niets mee kon. Het bedrijf is nu failliet; het kreeg geen kans.’

Aat de Jonge

We moeten leren dat voedsel een prijs heeft

Herman Vermeer: ‘dit zorgt inderdaad voor onmacht in het proces van innoveren. Bedrijven moeten fysiek experimenteerruimte krijgen, maar ook psychisch. We moeten het gevoel hebben dat we dingen kunnen uitproberen. Ik ben voorstander van een ander meetsysteem. Eentje dat bepaalt of de ondernemer water, lucht en bodem schoon houdt en de omgeving geen overlast bezorgt. Gewoon meten of een bedrijf zich fatsoenlijk gedraagt dus.’

Is dat voldoende?

Herman Vermeer: ‘soms heb je ook oliemannetjes nodig. Wat ik daarmee bedoel, is het volgende. Een ondernemer wilde mest en gras drogen, maar er waren geen toetsingskaders voor de manier waarop hij dat wilde. Ik werkte in die tijd bij ontwikkelingsmaatschappij Flevoland. Vanuit die rol ben ik voor die ondernemer naar de milieuambtenaar van de provincie gegaan. Die snapte dat onderaan de streep geld moet worden verdiend. Dat vind ik een oliemannetje, iemand die doet wat nodig is om ondernemers verder te helpen.

Aat de Jonge: ‘overheden hebben in mijn optiek twee rollen: mensen enthousiast maken om te ondernemen én de functie van waakhond, toetsen of alles netjes gebeurt. Wil je beide rollen goed vervullen, dan moeten overheden en bedrijven van elkaar snappen wat er speelt.’ <

Zonneheerdt ‘groenten van weleer’

INSPIREREN MET GEZOND VOEDSEL

Almere en omgeving staan in 2022 in het teken van de Floriade. Zes maanden lang draait het om ‘de groene stad van de toekomst’. Martin Topper van het bedrijf Zonneheerdt uit Dronten, bekend van zijn ‘groenten van weleer’, kan niet wachten om bezoekers te inspireren met gezond voedsel.

tekst: Mirjam van Huet fotografie: Peter Timmer

Het evenement vindt plaats in Almere, maar dat mag de pret niet drukken. ‘Het thema is Growing Green Cities’, met als een van de subthema’s ‘oplossingen voor voedselproductie en -veiligheid voor voldoende, betaalbaar en gezond voedsel’. ‘Nou, daar hebben ze Dronten bij nodig’, zegt de Dronter boer met een lach en een knipoog. Topper is voorzitter van Vereniging Flevofood, een netwerkvereniging van en voor Flevolandse voedselbedrijven. Een van zijn drijfveren is inwoners laten zien wat heel Flevoland doet op het gebied van voedselproductie.

Als oud-docent licht hij graag voor. ‘Ik heb vijftien jaar voor de klas gestaan. Ik doceerde landbouw, techniek en economie. Ik weet uit ervaring dat kinderen pas ergens in meegaan, als de docent het goede voorbeeld geeft. Een simpel voorbeeld: toen ik samen met Pierre Wind de activiteit wortel happen voor kinderen organiseerde, deden ze pas mee toen de docent het voor had gedaan. Je zult met voorlichting over gezond voedsel dus ook bij de docenten moeten beginnen.’

GROENTEN VAN WELEER

De producten die Topper verbouwt, maken het allicht makkelijker om mensen voor voedsel te interesseren. Hij verbouwt tarwe, uien en aardappels, maar ook zogenoemde ‘groenten van weleer’. ‘Gele bieten, paarse penen, pastinaak en wortelpeterselie. Vaak worden deze groenten ‘vergeten groenten’ genoemd’, zegt Topper, ‘maar dat is pas het geval als je ze op het fornuis laat staan terwijl je je vlees en aardappelen zit op te eten. Daarom noem ik ze liever ‘groenten van weleer’.’

Zijn bekendheid dankt Topper aan de gekleurde penen. Die zijn er niet alleen in het oranje, maar ook in geel en paars. Vanuit Dronten gaan ze de wereld over. ‘Scandinavië, Engeland, Duitsland, Singapore, Zwitserland, allerlei landen’, zegt Topper. ‘In Nederland zijn ze verkrijgbaar bij Albert Heijn en Hanos en ze worden bereid door restaurants en foodservice-bedrijven. Denk aan maaltijdmakers. Het zou zo maar kunnen dat ze in de gevangenis gele peen uit Dronten eten.’

VOEDSELINNOVATIE

Topper is nog lang niet uitgedokterd op zijn bijzondere groenten. ‘Zaadbedrijf Bejo Zaden is bezig met een rode peen. Samen kijken we of we dit ras kunnen telen en in de markt kunnen zetten’, vertelt hij. Zijn voortdurende voedselinnovatie wordt gevoed door de retail. ‘Winkels willen steeds iets nieuws bieden aan de consument. De dames van Kromkommer, een merk dat verspilling van voedsel tegengaat, hebben paarsewortelsoep en pastinaaksoep ontwikkeld. Ik lever daarvoor de paarse peen en pastinaak.’

DUURZAAM

Op gezond voedsel heeft Topper, die in zijn familiebedrijf de derde generatie vertegenwoordigt, een vooruitstrevende visie. Hij boert niet biologisch, maar met de term ‘gangbaar’ doe je zijn aanpak ook tekort. ‘Ik vind dat je gangbaar verbouwen ook op een duurzame manier kunt doen. Ik ben aangesloten bij stichting Veldleeuwerik. Veldleeuwerik staat onder meer voor klimaatneutraal boeren door beter bodembeheer. De bodem waarop je verbouwt, is de medicijnkast van je bedrijf. Ik gebruik dierlijke mest en compost en strooi alleen indien nodig bij met kunstmest. En ik spuit pas middelen als er ook daadwerkelijk kans is op ziektes. Bij droog weer spuit ik dus minder tegen schimmel. Om onkruid te bestrijden, schoffelen we - dat scheelt weer bestrijdingsmiddelen. Beregenen doen we alleen bij opkomst, om het zaad te kunnen laten kiemen en de opkomst te versoepelen.’

BOEREN IN DRONTEN

Op 34 hectare van hemzelf en nog eens 60 hectare gehuurde/deelbouw grond verbouwt Topper groenten, graan en aardappelen in Dronten. Het boeren in Dronten bevalt hem goed. ‘De kleigrond geeft een goede smaak aan de groenten. Bovendien denkt de gemeente goed mee. Een voorbeeld daarvan is dat de gemeente singels rond boerenerven wil. Dat versterkt de biodiversiteit. Ook op andere manieren toont de gemeente betrokkenheid: boerenerven hebben eigenlijk een maximale oppervlakte. Die grens heeft de gemeente versoepeld. Zo maken ze ons werk mogelijk.’ <

Het kan zijn dat ze in de gevangenis gele peen uit Dronten eten

De agrarische wereld honderd procent biologisch maken. Dat is de stip op de horizon voor Jan Groen uit Dronten. Het is zijn persoonlijke drive om mensen bewust te maken van de kracht van biologisch. 'Want uit bewustwording ontstaat behoefte. En uit behoefte ontstaat verandering', zegt hij. Jan Groen is de ondernemer achter het bedrijf Green Organics, bedenker van de Bio Acadamy en voorzitter van brancheverenigingBioNederland.

tekst: Mirjam van Huet fotografie: Peter Timmer

Als je teelt waar markt voor is, voorkom je 'food waste'

'Biologische landbouw is de toekomst, omdat we met biologische teelt de bodem productief houden. Biologisch staat voor ecologie, gezondheid, eerlijkheid, zorg voor mens, dier en planeet. En het is circulair: alle output, oftewel alle oogst, wordt gebruikt. Denk aan te grote wortelen en kromme komkommers. Die worden verwerkt in soepen. Hou je je bodem vitaal, dan borg je meteen ook de authenticiteit van het product. Geen water happen, maar in smaakvolle tomaten bijten.

De weg naar biologisch is lang en kent verschillende fases. Eerst waren er de idealistische omschakelaars, de mensen die hebben gepionierd toen 'niemand' nog wist van biologisch. Toen waren er de economische omschakelaars, de ondernemers die er business in zagen. En nu rest ons nog de groep emotionele omschakelaars, de mensen die gevoelsmatig nog een omslag te maken hebben. Om iedereen mee te krijgen, is het belangrijk om kennis te delen, samen te werken en mensen te verbinden. Ik ben met meerdere initiatieven actief, die daaraan bijdragen.

Een daarvan is de Bio Academy. Het doel van de Bio Academy is kennis uit de sector voor iedereen beschikbaar maken. Van binnen naar buiten dus. Dat doen we met onder andere e-learning. Denk bijvoorbeeld aan een omschakelcursus; hoe ga je van gangbaar boeren naar bio boeren? Hoe vind je afzetzekerheid? Waar vind je financiering? Zo hoeven geïnteresseerden niet zelf opnieuw het wiel uit te vinden. En het is nog laagdrempelig ook, want op het platform Bioacademy.nl kun je anoniem vragen stellen over biologisch. Professionals kunnen daar op reageren en contact leggen.

De academy kwam tot stand vanuit een initiatiefgroep van adviseurs. Die vertegenwoordigen het onderwijs en het bedrijfsleven. Al deze kennisleveranciers hebben als drijfveer om de bio-sector door te ontwikkelen. Het idee voor de Bio Academy ontstond een paar jaar geleden en in januari lanceerden we de website. Het is een nationaal platform, verbonden aan de drie brancheorganisaties Bionext, BioNederland, BioWinkelVereniging. Als lancering organiseerden we het evenement 'De bio draait door'.

Ondertussen is de biologische sector natuurlijk volop in ontwikkeling. De bio-sector is 'spitzenreiter' in Nederland: we innoveren en lopen voorop.

Alle biologische business komt in Nederland samen in brancheorganisatie Bio Next. Daaronder vallen drie brancheverenigingen: BioHuis, voor de telers; BioNederland, voor handel en verwerking en BioWinkelvereniging, voor de retail.

Als voorzitter van Bio Nederland zit ik midden in de keten, net zoals met mijn bedrijf Green Organics. Ik sta in contact met alle schakels van de keten. Waar de Bio Academy zich richt op kennisontwikkeling binnen bedrijven, richt BioNederland zich op bedrijfsoverstijgende ontwikkelingen. We zijn nu druk met wetgeving. Dat komt voort uit het voornemen van Brussel om wetgeving te veranderen. In het kort kwam het erop neer dat ze alleen het biologische eindproduct wilden beoordelen; de ketensamenwerking wilden ze overslaan. Dat zou de charme uit de biologische sector halen. Want juist ketensamenwerking maakt het duurzaam. Wij hebben bewerkstelligd dat de wet niet zo wordt uitgevoerd. Brussel gaat nu, in samenspraak met de sector, voor doorontwikkeling.

Vanuit BioNederland hebben we ook een campagne gedaan voor het Europese logo voor biologische landbouw, het welbekende groene blaadje. Daarmee wordt bio bekender en worden biologische producten beter vindbaar.

Ketenregie is uitermate belangrijk voor duurzaamheid. Telen boeren wat de winkels kunnen verkopen? En aan welke eisen moeten de producten voldoen? Als je teelt waar markt voor is, ga je verantwoord om met de bodem en voorkom je 'food waste'.

Met mijn bedrijf Green Organics sta ik centraal tussen producenten en verkopers, zoals de groothandel, retail en verwerkers. Wat de boer teelt, wil ik vermarkten. Alles wat boeren nu zaaien en planten, is al verkocht. Iedere speler heeft zijn eigen schakel in de keten die voor hem te overzien is. Als regisseur koppelt Green Organics die schakels aan elkaar. Wij maken een teelt- en een oogstplanning en vervoeren de gewassen.

Bovendien nemen we verantwoordelijkheid voor de gehele keten, altijd met het oog op duurzaamheid. Een aantal jaren terug vroeg de markt om heel fijne sperziebonen. Alleen, daarvan haal je minder kilo's van een hectare. Biologisch is dat een issue, want we willen oogsten wat het land aankan. Waar ligt de balans tussen verantwoord telen en de vraag van de markt? Twee jaar geleden heeft Green Organics gezegd: we telen die fijne bonen niet meer, want daardoor kan de keten uiteindelijk niet meer in de totale vraag naar bonen voorzien.

Ten slotte is transparantie essentieel. In een biologische keten weten telers welke producten bij welke afnemers terechtkomen - en wat die ervan vinden. Zo kunnen ze bijsturen en continu doorontwikkelen. En de marges zijn ook openbaar. 'Duurzaam' is wat dat betreft een synoniem voor 'samen'.

Als de biologische markt de groei kwalitatief en kwantitatief goed wil borgen, is nauwe samenwerking in de keten een absolute voorwaarde. Biologisch is altijd een verbindende landbouw geweest en moet dat ook blijven. Green Organics is ontstaan vanuit verbinden en zal daarin haar leidende rol nemen en verder uitbouwen.' <

Kweken in een flat met led

Barend Gehner is docent tuinbouw en planten-veredeling bij Aeres Hogeschool Dronten. Hij vertelt over verticale landbouw met ledverlichting.

tekst: Mirjam van Huet fotografie: Peter Timmer

'Al zet je de gewassen in een bunker, met ledverlichting groeien ze toch', zegt Gehner. Hij staat in een container in het Agro Innovation Centre van Aeres Hogeschool Dronten. Daglicht is er niet, kunstlicht des te meer. De kroppen sla groeien keurig in rij, op boven elkaar geplaatste schappen. Het is een flatgebouw vol gewas.

'We zijn bezig deze container in gereedheid te brengen. Het licht en dingen als de temperatuur en luchtbeweging moeten kloppen. Nu groeien de eerste kroppen sla hier al, maar na de zomervakantie van 2018 gaan we hier volop aan de gang met verticale landbouw', zegt Gehner.

LEREN TELEN

Voor studenten is het van grote waarde, leren telen in 'een flat' met kunstlicht. 'Wij leiden studenten op voor de ontwikkelingen waar bedrijven

om vragen. Hoewel voorlopig de teelt in kassen veel belangrijker is, moeten onze afgestudeerden ook kunnen omgaan met teeltsystemen zonder daglicht. Het is een van de methoden die meer zal worden toegepast in de toekomst', aldus Gehner.

Mathijs van den Top is vierdejaars student Bedrijfskunde & agrifoodbusiness aan Aeres Hogeschool Dronten. Hij volgt de minor plantenveredeling.'Ik koos voor deze minor omdat ik in de plantenteelt werkzaam ben en dit erg leuk vind. Het veredelingsproces wilde ik ook graag begrijpen en kunnen uitvoeren. Ik ben enthousiast over het oefenen met ledlampen. Bedrijven hebben over het algemeen minder ervaring met telen onder ledlicht. Bovendien zijn de iets oudere ondernemers soms minder handig met de computer. Studenten ontwikkelen nu dankzij de faciliteiten op de hogeschool handigheid met lichtkleuren en bijbehorende software. Onze kennis en ervaring is van harte welkom bij bedrijven.'
Van den Top heeft zich extra verdiept in kweken onder led. 'Tijdens mijn stage bij een hortensiabedrijf zei ik tegen de ondernemer: 'geef mij honderd hortensia's, dan zet ik ze onder de lampen'. Dat mocht. Het was interessant om te zien wat er gebeurde. De hortensia's werden anders, maar ze groeiden en bloeiden wel.'
Momenteel zet de student zijn inzichten in voor Schoneveld Breeding in Twello, een veredelaar in bloeiende potplanten met als hoofdproduct de cyclaam. 'Hier doe ik een haalbaarheidsstudie, of kweken onder led interessant is voor hen.'

CONSTANTE KWALITEIT

'Ledlicht kun je zelf regelen. Niet alleen de hoeveelheid licht heeft invloed op de manier waarop het gewas groeit, ook de kleur licht. De kleur 'verrood' laat de plant strekken naar boven. 'Gewoon rood' houdt het gewas juist compact. En blauw kan de plant aanzetten tot het maken van extra veel gezonde inhoudsstoffen', licht Gehner toe. 'Bovendien kun je bij vertical farming veel planten in weinig ruimte verbouwen. Dat scheelt grond en het maakt het in sommige gevallen mogelijk om midden in de stad, dichtbij de consument te produceren. Kortom, het hele jaar door, ongeacht het weer en andere omstandigheden, een constante kwaliteit groenten, bloemen en planten leveren.'

EXPERIMENTEREN

Studenten krijgen volop de tijd en ruimte om te experimenteren. Gehner: 'ze mogen zelf recepten voor licht en temperatuur uitproberen. Daarom is dit de ultieme leerschool voor ze. Als je alles zelf mag regelen - en ziet wat er allemaal mis kan gaan - word je ontzettend aan het denken gezet over het effect van allerlei factoren op de planten. Wat is het effect van meer of minder luchtbeweging, of een andere gewastemperatuur als een gewas geen warmtestraling krijgt van de zon?'

In de proeftuin voor verticale landbouw werkt Aeres Hogeschool Dronten samen met het bedrijf Fresh Care uit Dronten. 'Fresh Care verkoopt gesneden sla in zakjes en wil een deel hiervan zelf gaan produceren in een vertical farm in Dronten. De kwaliteit van de sla moet altijd gelijk zijn. Wij kunnen straks misschien onderzoeken hoe zij nog succesvoller kunnen telen onder ledlicht. Wat in de container werkt, rollen zij op grote schaal uit op hun eigen locatie', vertelt Gehner.

DUURZAAM

Verticaal sla verbouwen kan qua duurzaamheid voordelen hebben voor Fresh Care. 'Om altijd voldoende sla te hebben, die altijd dezelfde kwaliteit heeft, hebben zij nu leveranciers over de hele wereld. Lokaal produceren zorgt voor minder transport en dus minder CO_2-uitstoot. Bovendien hoeven ze met verticale landbouw zo goed als geen gewasbeschermingsmiddelen meer te gebruiken. Ook leidt minder transport mogelijk tot minder voedselverlies in de keten.'

Bij die duurzaamheidsaspecten heeft de docent nog wel een kanttekening. 'Led vraagt meer stroom dan een kas waar de zon op staat. En het regelen van de temperatuur vraagt ook energie. Al zijn voor die beide punten oplossingen in zicht. Er ontstaan steeds effectievere lampen. Dat bespaart stroom bij het opwekken van licht én vraagt minder energie voor koeling.'

Om de kennis op peil te houden en inzichten te delen, werkt Aeres Hogeschool Dronten samen met andere instellingen en bedrijven. 'Hogeschool van Arnhem en Nijmegen, Hogeschool Utrecht, Philips, diverse veredelingsbedrijven en telers bijvoorbeeld. Dit kan allerlei vormen hebben, waaronder samenwerking in onderzoeksprojecten, stageplekken, samen onderwijs ontwikkelen, gastlessen of excursies.' <

Barend Gehner

Al zet je de gewassen in een bunker, met ledverlichting groeien ze

Barend Gehner

Mathijs van den Top

Brouwer Biocentrale, Balkbrug

Lokaal familiebedrijf verduurzaamt wereldspeler

De broers Henk, Paul en Jaco Brouwer

Brouwer Biocentrale uit Balkbrug voorziet de kaasfabriek van Friesland Campina van stoom. Burgemeester Peter Snijders van gemeente Hardenberg bezoekt het familiebedrijf en spreekt de ondernemende broers Paul en Henk Brouwer over de bijdrage die zij met hun houtgestookte bio-energie-centrale leveren aan duurzaamheid.

tekst: **Mirjam van Huet** fotografie: **Peter Timmer**

Houtsnippers, houtsnippersen nog eens houtsnippers. De opslag van Brouwer Biocentrale uit Balkbrug ligt het er vol mee. Zo'n 10.000 kuub wacht tot het in de oven wordt gestopt. Het vuur produceert warmte en die warmte wordt omgezet in stoom. Dat gaat naar buurbedrijf Friesland Campina. 'Dit proces vervangt 5,5 miljoen kuub gas bij Friesland Campina', vertelt Paul Brouwer.

'Een lokaal familiebedrijf dat een wereldspeler helpt verduurzamen', reageert burgemeester Snijders met trots. 'Veel mensen hebben er geen idee van, maar dat gebeurt gewoon hier in Balkbrug.'

IDEE

Friesland Campina zocht vier jaar geleden naar manieren om zijn footprint verkleinen. Tegelijkertijd had Brouwer enorme hoeveelheden snoeihout. 'In Duitsland zijn wij de grootste speler voor groenonderhoud langs de snelweg. Wij snoeien zo'n 2.000 kilometer. En daar in Duitsland draait de stadsverwarming op houtsnippers. Dat zette ons aan het denken', zegt Paul Brouwer.

Maar, dan moest wel eerst een centrale worden gebouwd. 'Een heel spannende tijd', blikken de broers Brouwer terug. 'We hebben heel wat kachels bezocht, om te ontdekken wat wij wilden. En dan waren er nog de gesprekken met Friesland Campina; zonder afnemer had de centrale geen nut. De financieel CEO van Friesland Campina hakte de knoop door. En ruim een halfjaar geleden namen we de centrale in gebruik. Weer een spannende tijd, want doet de centrale wat 'ie moet doen? Maar het gaat goed! Met Friesland Campina hebben we voor 12 jaar een contract. Zij nemen 90 procent van de stoom af. Met de andere 10 procent wekken wij zelf stroom op.'

DUURZAAM HARDENBERG

Van burgemeester Snijders niets dan lof. 'Ik vind het mooi hoe Brouwer gedurende de intensieve aanloopperiode het doel voor ogen hield en doorging. Als je ziet wat er nu staat en je denkt terug aan toen het vier jaar geleden slechts een idee was... dat is indrukwekkend. Bovendien past de duurzame filosofie achter dit concept bij de koers die Hardenberg vaart. We zetten op verschillende manieren in op duurzaamheid. Brouwer sluit daar op aan.'

De centrale draagt op meerdere manieren bij aan een beter milieu. Paul Brouwer: 'hout wordt hergebruikt en het mooie is, dat het ook nog eens voornamelijk lokaal hout is. Slechts een klein deel komt uit Duitsland. Het verbranden kost weinig energie. De kachel heeft 86 procent rendement. Ter vergelijking: een elektrische centrale zit rond de 50 procent. En vergelijk je een houtgestookte biocentrale met innovaties als zonnepanelen of windmolens, dan zie je nóg een voordeel. Onze installatie staat vrijwel nooit stil; hij draait 8.000 uur per jaar.'

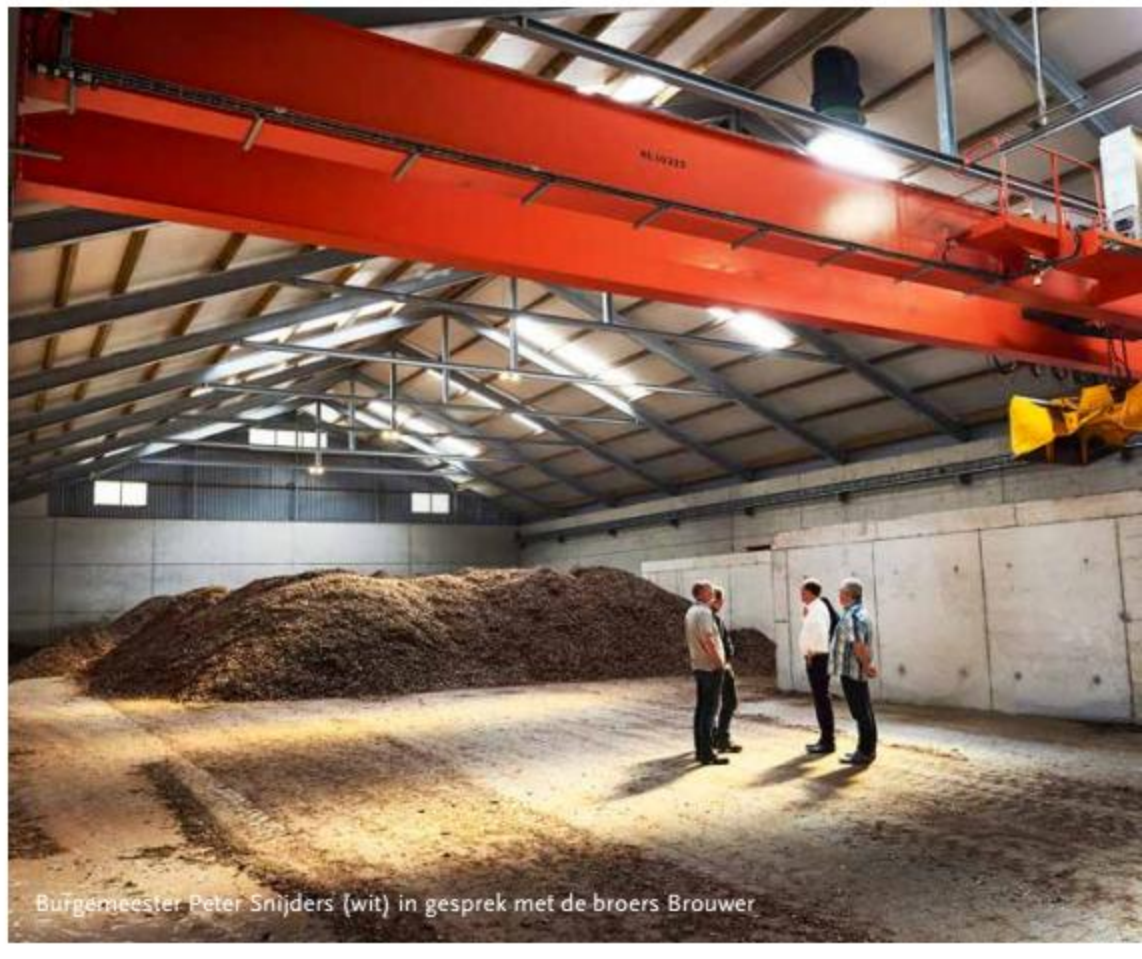
De restwarmte heeft ook een bestemming. Familie Brouwer - de broers Henk, Paul en Jaco én de tweede generatie Maikel en Allard - heeft een mooie oplossing bedacht. 'We gebruiken het voor een drooggebouw voor petfood.'

BEDRIJVENTERREIN KATINGERVELD

Voor de realisatie van het drooggebouw neemt de familie een extra stuk grond af op bedrijventerrein Katingerveld. 'We zitten hier al dertig jaar en het bevalt ons goed', zegt Henk Brouwer. Vanaf hier zit je zo in Almelo, Hoogeveen, Zwolle én Duitsland.'

Ook over de medewerking van de gemeente Hardenberg zijn de broers te spreken. 'Niet alleen het college van burgemeester en wethouders 'denkt groen', ook de ambtenaren. Dat is heel prettig voor initiatieven als die van ons.' <

Veel mensen hebben er geen idee van, maar het gebeurt gewoon hier in Balkbrug



Burgemeester Peter Snijders (wit) in gesprek met de broers Brouwer

Even voorstellen

JEROEN KREMER is directeur bij Human Capital Care Oost Nederland. In het verleden lag het accent vooral op re-integratie van medewerkers, nu op het inzetbaar houden van medewerkers. Dit betekent naast aandacht voor gezondheid, ook aandacht voor welzijn, motivatie, competenties en talenten.

REMCO ROOKER, manager Noord-Nederland INFRA bij Enexis, ziet duurzame inzetbaarheid als de oplossing voor het nijpende personeels-tekort waarmee Enexis kampt. Hij staat geregeld versteld van de mogelijkheden die ontstaan wanneer hij medewerkers zélf plannen laat maken voor hun carrière.

Duurzame inzetbaarheid. Dat is geen project dat je er als bedrijf 'bij doet', het is een manier van denken, een manier van ondernemen. Twee vooroplopers op het gebied van duurzame inzetbaarheid laten hun licht schijnen over dit onderwerp.

tekst: Mirjam van Huet fotografie: Peter Timmer

DUURZAME INZETBAARHEID. DAT DOE JE ER NIET EVENTJES 'BIJ'

Wat versta je onder duurzame inzetbaarheid?

Jeroen Kremer: 'een leven lang aan het werk blijven en je daar goed bij voelen. Fysiek en psychisch. En wanneer je met pensioen gaat, nog steeds fit zijn. Duurzame inzetbaarheid gaat om balans. Hoe lever je optimale prestaties, op lange termijn?'

Remco Rooker: 'bovendien, hoe blijf je relevant voor de arbeidsmarkt? Als je relevant blijft, hou je werk dat bij je past en waar je voldoening uit haalt.'

Kun je daar een voorbeeld van geven?

Remco Rooker: 'bij Enexis werkt Wendy Davenschot. Haar kracht is mensen verbinden. Zij coördineert onze aannemers in Noord-Nederland. Toch begon haar carrière heel anders. Ze was autopoetser. Auto's poetsen is pittig fysiek werk. Ze liep een blessure op en kon haar werk niet blijven doen. Toen ze daarna bij ons terecht kwam, begon ze met een administratieve functie. Met haar motivatie en haar talent om mensen bij elkaar te brengen, ontwikkelde ze zich tot waar ze nu staat'.

Waar ben je zelf in je carrière tegenaan gelopen?

Jeroen Kremer: 'in 2016 werd ik directeur bij Human Capital Care. In het begin bleef ik mijn eerdere taken, die van manager en adviseur, erbij doen. Ik werkte in de avonden door om alles rond te krijgen. De kwaliteit ›

van mijn werk werd er niet beter op. Ik was met honderd dingen tegelijk bezig. Toen heb ik ondervonden hoe belangrijk focus is. Als er iets bij komt, moet er iets af.'
Remco Rooker: 'ik heb ook ervaren dat harder werken geen oplossing is. In het verleden miste ik de theoretische kennis voor het werk wat ik deed. Ik compenseerde dat met veel werken. Ik werd te druk met van alles tegelijk. Ik voelde de hete adem van klanten in mijn nek en wilde alles op de werkvloer goed regelen. Toen heb ik mezelf geëlektrocuteerd. Een ongeluk, als gevolg van 'te druk zijn'. Ik lag drie dagen in coma.'

Welke verandering heeft die gebeurtenis teweeg gebracht?
Remco Rooker: 'ik heb balans aangebracht. In mijn werk, maar ook tussen privé en werk. Ik sportte veel en speelde saxofoon en op het werk wilde ik ook dag in dag uit top presteren. Ik heb toen gekozen voor wat ik echt belangrijk vind. Ineens ging mijn professionele ontwikkeling veel sneller, puur door de focus.'
Jeroen Kremer: 'ik vergelijk werk graag met topsport. Je kunt niet elke dag pieken. Dat doet een voetballer ook niet. Die traint de hele week en levert een topprestatie tijdens de wedstrijd. En een voetballer als Messi, houdt het vol op inzicht. Niet door continu de benen onder het lijf vandaan te lopen.'

Jullie verhalen onderstrepen de invloed van psychische belasting. Hoe kunnen die inzichten worden ingezet voor de arbeidsmarkt als geheel?
Jeroen Kremer: 'er zijn natuurlijk meerdere oplossingen voor mensen die een te hoge belasting ervaren. Eén daarvan is kijken of je nog wel het juiste beroep hebt. Neem bijvoorbeeld leerkrachten. Het onderwijs staat bekend als een branche waarin je veel druk kunt ervaren. Die mensen kunnen misschien doorstromen naar de zorg, of het bedrijfsleven.'
Remco Rooker: 'wij hebben bij Enexis vanuit het onderwijs inderdaad twee teamleiders gekregen. Leerkrachten hebben oog voor andere mensen en hun ontwikkeling. En zaken als plannen en organiseren kunnen ze ook als geen ander. Het zijn waardevolle krachten voor ons.'
Jeroen Kremer: 'waar meer aandacht voor mag zijn, is het promoten van sommige beroepen, zodat mensen een completer beeld krijgen van waar zij duurzaam hun competenties en kwaliteiten kunnen inzetten. Het beroep van bedrijfsarts, is een voorbeeld uit mijn directe omgeving. Dat is een vak waar tot op heden relatief weinig artsen belangstelling voor hebben, terwijl bedrijfsartsen over het algemeen een uitermate goede balans tussen werk en privé hebben. Juist nu mensen meer aandacht hebben voor het complete plaatje - naast je werk tijd hebben voor je gezin, je hobby's of je persoonlijke ontwikkeling - is het goed om bepaalde beroepen eens op een andere manier te belichten.'
Remco Rooker: 'dat geldt ook voor onze technische beroepen. Misschien dat een monteur eens een tijdje moet vloggen namens Enexis, om te laten zien hoe gaaf zijn werk is.'

Wat is de sleutel tot succes, als je duurzame inzetbaarheid met je organisatie wil vervlechten?
Jeroen Kremer: 'actie! Veel bedrijven willen 'iets' met duurzame inzetbaarheid, maar de kunst is het te dóen. Daarbij moet er aandacht zijn voor wat het bedrijf nodig heeft én voor wat de medewerker nodig heeft.'
Remco Rooker: 'met onze vestigingsmanagers voer ik drie gesprekken per persoon per jaar. En dat is, precies zoals Jeroen dat ook zegt, tweerichtingsverkeer. De centrale vraag is 'wat wil je worden als je over vijf jaar groot bent?''
Jeroen Kremer: 'duurzame inzetbaarheid is geen project. Het is ook niet iets waar je pas aandacht aan besteedt zodra het niet meer lekker loopt. Waarom wachten, als je nu al ziet dat iemand het over twee jaar niet meer trekt? Het is een zienswijze en een manier van werken.'
Remco Rooker: 'denken dat je het wel eventjes op de vrijdagmiddag 'erbij' doet, is een valkuil. Je moet een beleid hebben, de boodschap

Je moet niet denken vanuit je eigen bedrijf, maar vanuit de hele keten

verkondigen, het gesprek voeren en open vragen stellen. Niet invullen wat mensen willen, maar luisteren. En als iemand ambitie heeft voor nieuwe stappen, ondersteun hem daar dan in. Eén van onze uitvoerders wilde teammanager worden. Toen er een team zonder manager kwam te zitten, is daar een interimmanager op gezet, maar in de praktijk was de uitvoerder degene die leiding gaf. De interimmer keek mee, stuurde bij en coachte. Geef mensen de kans. Ik sta soms versteld van hoe mensen zich manifesteren als ze de ruimte krijgen.'

Zijn er, behalve gesprekken, nog andere middelen die Enexis inzet voor het ontwikkelen van arbeidskrachten?

Remco Rooker: 'wij hebben voor iedere medewerker het DI-budget, een bepaald bedrag dat men naar eigen behoefte kan inzetten, zolang het maar bijdraagt aan hun duurzame inzetbaarheid. De een kiest ervoor zijn Engels bij te laten spijkeren en een ander haalt zijn onderwijsbevoegdheid.'

Wat als die mensen zich zó ontwikkelen dat ze hun vleugels uitslaan?

Jeroen Kremer: 'als ze blijven zitten terwijl ze hun draai niet kunnen vinden, levert het ook vervelende situaties op. Je kunt beter iemand met een goed gevoel laten gaan, dan dat 'ie blijft en langdurig uitvalt of minder gaat presteren.'

Remco Rooker: 'je moet niet denken vanuit je eigen bedrijf, maar vanuit de hele branche of keten. Hoe hou je mensen gezond en met plezier aan het werk?'

Wat zijn de economische effecten van deze manier van denken?

Jeroen Kremer: 'nu de economie aantrekt, hebben we krapte op de arbeidsmarkt. Daar komt bij dat de beroepsbevolking krimpt. Als je je mensen niet aan het werk kunt houden, kan dat de continuïteit van je organisatie bedreigen. De goede zorg voor medewerkers is nu dus ook economisch gezien heel belangrijk.'

Remco Rooker: 'als ieder bedrijf zich inzet voor duurzame inzetbaarheid en dan ook nog eens openstaat voor het uitwisselen van personeel, is de krapte op de arbeidsmarkt in ieder geval minder ingrijpend.'

Jeroen Kremer: 'om maar even een populaire term te gebruiken: je moet 'agile' ondernemen. Blijf je als bedrijf en medewerker aanpassen aan de veranderende markt en omgeving. Dat levert voor beide het meest op.' ‹

Stapels onvervulde vacatures? Veel ziekteverzuim? Bij Plegt-Vos Bouwgroep uit Hengelo is het allemaal niet aan de orde. Dankzij 'talent & performancemanagement' werkt iedereen vanuit werkplezier en halen werknemers het beste uit zichzelf om zo een bijdrage te leveren. Zo hou je mensen duurzaam inzetbaar én gedijt de organisatie als geheel. HumanCapitalCare begeleidt Plegt-Vos naar een hoger level.

tekst: Frederike Krommendijk fotografie: Lars Smook

WERKPLEZIER STAAT BIJ PLEGT-VOS ALS EEN HUIS

HumanCapitalCare begeleidt bouwer naar nóg meer wendbaarheid

Het is nogal wat voor mensen in een bouwbedrijf, écht over zichzelf te praten. En toch is dat volgens hoofd HRM Rachel van Raan-Boensma het geheim van goed personeelsbeleid: het eerlijke gesprek. Plegt-Vos haalde onlangs het blad Cobouw met de opmerkelijke resultaten: waar andere bouwbedrijven zuchten onder bergen onvervulde vacatures en flink ziekteverzuim, gaat het hier crescendo. 'Ons ziekteverzuim ligt onder de twee procent, dat is ongeveer de helft van het landelijk gemiddelde. Ik geloof heilig dat dat komt doordat mensen hier in hun kracht staan en met plezier werken. Maar daarvoor moet je elkaar wel eerst écht leren kennen.'

Alleen een jaarlijks functioneringsgesprek houden is niet toereikend. 'Dan zijn mensen zenuwachtig, en gaat het al gauw over wat niet goed gaat. Bij ons is het in gesprek zijn een continu proces. We vergelijken het met een sportteam: we dragen allemaal hetzelfde tenue, we gaan samen voor het beste resultaat. In dat team heeft elke persoon andere talenten. De kunst is om iedereen op te stellen op die plek waar hij of zij kan uitblinken. De één is op zijn sterkst in de spits, de andere functioneert meer als spelverdeler. In gesprekken ontdekken we waar onze mensen trots op zijn en warm voor lopen, maar kunnen ze ook toegeven dat ze ergens minder goed in zijn. Pas als iedereen in zijn kracht staat, haal je het beste uit je team.'

PLATTE STRUCTUUR

Om die reden begon Plegt-Vos jaren geleden al met een platte structuur met zo min mogelijk hiërarchie. Zo pakken mensen zelf op hun eigen manier hun verantwoordelijkheid. 'En we denken niet in problemen, maar in oplossingen. Bij ziekteverzuim kijken we wat iemand wél kan. Als iemand een papadag wil, plannen we die in. Allemaal verplicht met de bouwvak vrij? Bij ons niet. Als een oudere werknemer aangeeft graag een tandje terug te willen doen, faciliteren we dat. Dat is ook de reden dat vacatures invullen hier minder een probleem is. We zoeken wel mensen die zelfredzaam en leergierig zijn en werken vanuit toegevoegde waarde. Functies veranderen in de bouw razendsnel, en dan moet je wel kunnen schakelen. Maar doordat we nieuwe mensen selecteren op kwaliteiten in plaats van op een strak functieprofiel, zijn we ook veel wendbaarder.'

SCHOOLVOORBEELD

Adviseur Arbeid & Organisatie Rosanne Oudshoorn van HumanCapitalCare vindt Plegt-Vos een schoolvoorbeeld van een organisatie die goed voorbereid de toekomst in gaat. 'Er is een heel duidelijk beeld van waar de organisatie staat en een visie die staat als een huis. Vaak merken wij dat organisaties zelf niet scherp hebben wat ze willen. Vitale, gemotiveerde

werknemers, is een veelgehoorde wens. Maar die begrippen zijn voor elk bedrijf of instelling anders. Dus dat zul je eerst moeten concretiseren.'

Een heldere visie en concrete doelen zijn het vertrekpunt. HumanCapitalCare ondersteunt en kijkt wat nodig is. Maatwerk dus. En dan niet een eenmalige coaching of training, maar een langetermijnrelatie tussen de adviseurs van HumanCapitalCare en de organisaties. 'We moeten elkaar echt leren kennen. En door de tijd heen blijven monitoren of wat er gebeurt nog bijdraagt aan het bereiken van de doelen en in lijn is met de visie. Hiervoor heeft HumanCapitalCare het Vitaliteitsvliegwiel ontwikkeld, dat steeds in beweging moet blijven.'

EXPERTISE

Dat Plegt-Vos bij HumanCapitalCare aanklopte, kwam door de behoefte om kennis te delen. 'HumanCapitalCare heeft zo veel expertise, door samenwerking met Universiteit Twente en enorme hoeveelheden data. Wij denken dat we door uit al die kennis te putten de organisatie nog een stap verder kunnen brengen', legt het hoofd HRM uit.

We zoeken mensen die zelfredzaam en leergierig zijn

Plegt-Vos was zo verstandig om jaren geleden deze vernieuwingsslag al te maken. Dat is lang niet overal zo, weet Rosanne. 'Wij zien vaak dat organisaties pas gaan nadenken over bijvoorbeeld vergrijzing als een groep mensen al tegen de zestig loopt en er problemen met inzetbaarheid ontstaan. Terwijl je met werknemers van dertig, veertig al om tafel zou moeten. Ook al zijn ze nu topfit en blij met hun job, is dit wat ze tot hun 72e willen? En houden ze dat tempo wel vol? Alleen door nu al in gesprek te gaan, weet je wat er in de toekomst op je af komt. Zo hou je mensen op elke leeftijd fit voor werk.'

Rosanne Oudshoorn en Rachel van Raan-Boensma

MET FOTONICA NAAR EEN DUURZAMERE WERELD

Kanker opsporen met enkel wat druppels urine of een waarschuwing op je mobieltje ontvangen wanneer je hartritme anders is dan anders. Dat zijn toepassingen voor de gezondheid die in de toekomst mede mogelijk worden gemaakt door de techniek 'fotonica'. Oost NL, de ontwikkelingsmaatschappij van Oost-Nederland, ondersteunt de ontwikkeling van fotonica. Arne Leinse van het bedrijf LioniX International in Enschede en Guus Rijnders, professor bij MESA+ Instituut voor nanotechnologie, Universiteit Twente, vertellen hierover.

tekst: **Mirjam van Huet** fotografie: **Eric Brinkhorst**

Fotonica is vooral bekend vanwege het vermogen om data te versturen. Waar koper data met elektronen verstuurt, doet glasvezel dat met fotonen, oftewel licht. Die techniek kan op meer manieren worden toegepast dan voor alleen datatransport.

Het bedrijf LioniX International ontwikkelt platforms die diverse toepassingen van fotonica mogelijk maken. 'Onze klanten ontwikkelen zelf hun innovaties; wij leveren het fotonische gedeelte dat zorgt dat de innovatie werkt. In het geval van het opsporen van kanker, ontwikkelt onze klant de biochemie die kankercellen aan een oppervlak doet hechten en ontwikkelen wij een fotonisch systeem om die onregelmatigheden te 'lezen'', legt Leinse uit. 'Pacific Biosciences in Amerika is een klant van ons. Zij willen een volledige dna-streng kunnen ontrafelen. Daarvoor hebben ze een patroon met vele lichtstripjes nodig. Dat deel ontwikkelen wij. Zij bouwen het zelf in hun machine.'

DUURZAAM

Oost NL draagt bij aan de regionale en mondiale doelen rondom verantwoorde energie. De ontwikkelingsmaatschappij helpt dus mee om de doelen van het klimaatakkoord van Parijs en van het Nederlandse regeerakkoord te realiseren. De uitstoot van broeikasgassen, zoals CO_2, moet drastisch omlaag. De energie-transitie leidt naar een nieuw systeem om de energie op te wekken die we nodig hebben om te leven en te werken, zonder de aarde uit te putten. Fotonica is een voorbeeld van duurzame techniek.

Fotonische chips gebruiken namelijk licht in plaats van stroom. Met verschillende kleuren licht kun je parallel meer data vervoeren. Bovendien is het sneller en energiezuiniger dan gebruikelijke methodes. Dankzij fotonica kunnen computers sneller werken. Dat brengt het energieverbruik omlaag.

En die milieuwinst is snel geboekt, benadrukt Leinse. 'Want het internet beslaat een groot deel van ons energieverbruik. We staan er niet bij stil, maar iedere zoekopdracht op je computer of mobiel vraagt energie. Met de hoeveelheid energie die tien 'Google searches' samen vragen, kun je ook een lamp van 60W 3 minuten laten branden.'

KOPLOPER

Nederland loopt voorop in de ontwikkeling van fotonica. Rijnders: 'bijna vijftig procent van alle Europese fotonica onderzoeken vindt plaats in Eindhoven en Twente. Je mag Nederland dus zeker koploper noemen.'

Universiteit Twente biedt faciliteiten voor onderzoekers en ondernemers die zich bezighouden met fotonica. 'We hebben hier kennis en fysieke plekken die de ontwikkeling van fotonica versterken. In het MESA+ nanolab kunnen zowel studenten van onze universiteit als bedrijven uit de omgeving terecht. LioniX

Arne Leinse en Guus Rijnders

International maakt er ook gebruik van. Het is een onderzoekslocatie. Bedrijven kunnen hier ook testen of iets werkt of een kleine serie produceren. De uitvindingen van nu zijn de toepassingen van morgen. Daar dragen we als universiteit graag aan bij.'

Leinse is het roerend met Rijnders eens: 'we moeten met zijn allen blijven ontwikkelen, want als een techniek standaard wordt, kunnen andere landen het straks ook maken. Door te blijven innoveren, houden we onze voorsprong.'

SAMEN STERKER

Voor die ontwikkeling hebben alle partijen elkaar nodig, vinden de ondernemer en de professor. 'Zonder LioniX International was er geen fotonisch gebaseerde glucosesensor voor diabetici geweest. En andersom zijn er bedrijven die niet hadden bestaan zonder ons nanolab. Dat de technieken die op de universiteit zijn ontwikkeld, door het bedrijfsleven worden toegepast, is heel belangrijk. Als universiteit willen we immers impact creëren. Dus moeten ontwikkelingen zoals fotonica de markt op, want daar hebben ze impact.'

IMPACT

Oost NL helpt die impact versterken, bijvoorbeeld door te participeren in LioniX International. 'In de beginfase, in 2001, was Oost NL vanuit het Innovatiefonds Overijssel betrokken bij het starten van het bedrijf. Ook hebben we gebruik gemaakt van de financiering vanuit het participatiefonds Oost NL, om meetapparatuur te leasen', zegt Leinse.

Behalve over de financiële mogelijkheden die Oost NL creëerde, is Leinse ook te spreken over het netwerk van Oost NL. 'Oost NL is de boer op gegaan voor ons. We hebben meerdere leads ontvangen. Dat zijn klanten geworden, die we anders niet hadden gehad.'

Ontwikkelingen moeten de markt op, want daar hebben ze impact

ECOSYSTEEM

Leinse benadrukt de noodzaak van het Twentse ecosysteem: 'de nauwe samenwerking en openheid tussen bedrijfsleven en onderwijsinstellingen als UT en Saxion levert mogelijkheden op voor bedrijven als LioniX International en andere innovatieve initiatieven. Het nieuwe bedrijf PHIX photonics assembly bijvoorbeeld. PHIX richt zich op het aansluiten en afmonteren van fotonische chips in volume. Daarvoor is het hele Twentse ecosyteem nodig. Bijvoorbeeld om te zorgen dat er voldoende geschoolde mensen beschikbaar zijn.' ‹

Duurzame inzet van medewerkers kent bij Van Gelder vele facetten. Hoofd P&O Marriët de Jonge vertelt hoe het bedrijf het aanpakt en belicht de samenwerking met de gemeente Elburg.

tekst: Mirjam van Huet fotografie: Peter Timmer

VAN GELDER HOUDT ZIJN MENSEN IN BEWEGING

Van Gelder, met hoofdkantoor in Elburg, realiseert boven- en ondergrondse infrastructuur. 'Van Gelder is een familiebedrijf en dat merken we. Hier werken ruim duizend mensen, maar onze collega's zijn absoluut geen nummer. Leidinggevenden en teamleden zijn voortdurend met elkaar in gesprek. Of iemand nu een idee heeft voor recycling of dat iemand iets persoonlijks kwijt wilt - je kunt bij elkaar terecht', zegt De Jonge. 'Veertig jaar dienstverband is hier geen uitzondering. We zeggen ook wel dat er geel bloed door onze aderen stroomt. Oprechte aandacht voor elkaar en sámen aan doelen werken, daar draait het om.'

IDEEËN VOOR DUURZAAMHEID

Ideeën voor duurzaamheid komen bij Van Gelder uit alle onderdelen van de organisatie. De Jonge: 'ieder idee bespreken we en als het kans van slagen heeft, doen we het.' Er worden nogal wat slimme dingen bedacht bij Van Gelder. Materialen die vrijkomen bij onderhoud of reconstructie van asfalt worden gerecycled tot nieuwe producten. En momenteel onderzoekt Van Gelder samen met een opdrachtgever de mogelijkheid om sappen uit gras te gebruiken voor strooizout.

KOM IN BEWEGING

Ook op het gebied van medewerkers handelt Van Gelder duurzaam. Bijvoorbeeld met 'Van Gelder in beweging'. Medewerkers die willen afvallen, willen stoppen met roken of beter in hun vel willen zitten, krijgen ondersteuning. 'In het geval van stoppen met roken, kan iemand bijvoorbeeld een cursus stoppen met roken volgen en iemand met persoonlijke problemen kan coaching krijgen. Waarom wij hierin investeren? We dragen bij aan de gezondheid van onze medewerker én voorkomen mogelijk uitval.'

EEN LEVEN LANG PRETTIG WERKEN

Om een leven lang met plezier en voldoening te werken, stimuleert Van Gelder medewerkers om zich te blijven ontwikkelen. 'Met cursussen en opleidingen bijvoorbeeld. En is iemand toe aan iets anders, dan zijn daarvoor ook mogelijkheden. Ze kunnen bijvoorbeeld in een andere functie beginnen, aan de slag als docent in ons opleidingscentrum Gelderpoort of als leermeester nieuwe jonge medewerkers begeleiden.

Er stroomt geel bloed door onze aderen

Ook matchen we mensen met andere bedrijven, via het '100 Banenplan'. Zo blijven medewerkers aan het werk en houden bedrijven aanwas van medewerkers.'

SOCIAL RETURN

Van Gelder geeft ook invulling aan SROI, oftewel inzet van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. 'Gemeenten, waaronder Elburg, hebben mensen in de zogenoemde kaartenbak. Wij geven deze groep graag een kans. We selecteren zorgvuldig; we willen mensen blijvend aan werk helpen. Onlangs hebben we een vluchteling opgeleid tot monteur laagspanning. Hij kan zijn waarde inzetten, wij hebben een goede medewerker en de gemeente haalt iemand uit een uitkeringssituatie.' <

Aangeboden door de Gemeente Elburg
Van Gelder Groep / J.P. Broekhovenstraat 36, 8081 HC Elburg / T 0525 65 98 88 / www.vangelder.com

van gelder

Port of Zwolle onderscheidt zich met duurzaamheid

Port of Zwolle, het gezamenlijke havenbedrijf van Meppel, Kampen en Zwolle, onderscheidt zich met duurzaamheid. Onder andere middels het internationale project 'DUAL ports' en interregionale samenwerking. Directielid Marco Swenne vertelt. 'Een bedrijf als Graansloot, dat via onze havens vervoert, is zelf ook volop bezig met duurzaamheid. Wij helpen bedrijven daar graag bij.'

tekst: Mirjam van Huet fotografie: Peter Timmer

'Duurzaamheid is de toekomst', zegt Swenne. 'We moeten planeet aarde goed achterlaten voor volgende generaties. Bovendien, duurzaamheid geeft ook economische meerwaarde. Wij willen ons dan ook onderscheiden met duurzame maatregelen en regelingen. Dat maakt ons als havenbedrijf aantrekkelijk voor bedrijven die duurzaamheid hoog in het vaandel hebben.'

Swenne haalt Graansloot in Kampen en Wehkamp in Zwolle aan als voorbeelden. 'Zij zijn voorlopers qua duurzaamheid. Graansloot heeft zonnepanelen op het dak. Wehkamp werkt met duurzame auto's en fietskoeriers. Wij dragen graag bij aan hun duurzaamheidsdoelen en die van andere bedrijven die eventueel willen vervoeren over water.'

DUAL PORTS

In 2016 is Port of Zwolle van start gegaan met het internationale project DUAL ports. 'Havens in België, Nederland, Duitsland, Denemarken en Schotland werken samen op het gebied van duurzaamheid. We leren van elkaar. Bijvoorbeeld door de 'best practices' te delen van interregionale projecten. Ons gezamenlijke doel is minder co2-uitstoot in de havens.'

MAATREGELEN

Een van de manieren om dat te bereiken, is het gebruik van een LNG-terminal in de haven. LNG is vloeibaar aardgas. Het staat bekend als een schoner en goedkoper alternatief voor de brandstoffen die normaliter voor transport worden gebruikt. 'In Denemarken zijn ze ook met LNG bezig. Van hen horen we wat werkt en wat niet werkt. Zelf zijn we ook bezig met een haalbaarheidsonderzoek', zegt Swenne. 'Na de zomer gaan we in een workshop met onze partners de resultaten van Port of Skagen en Port of Zwolle bespreken en best practises analyseren.'

Een andere maatregel die Port of Zwolle wil treffen, heeft betrekking op het havengeld, de vergoeding voor de havenfaciliteiten. 'Duurzame schepen krijgen korting. Ons doel is om voor duurzame schepen de goedkoopste haven van het land te worden.'

TOENAME

Swenne verwacht dat vervoer over water toeneemt. 'Enerzijds vanwege nieuwe business die voortkomt uit het aantrekken van de economie. Anderzijds vanwege behoefte aan duurzamer vervoer. Want, vervoer over water levert co2-besparing op. Op één schip kun je hetzelfde kwijt als in honderd vrachtwagens.' ‹

Duurzame tuinbouw in de Koekoekspolder

Dichtbij de kern van IJsselmuiden ligt tuinbouwgebied Koekoekspolder. In de Koekoekspolder zijn veel familiebedrijven te vinden. Moderne glastuinbouwbedrijven die op een duurzame manier paprika's, tomaten, komkommers, witlof en aardbeien telen. Daarnaast worden er perkgoed, bloemen en skimmia's gekweekt. Ook glastuinbouwbedrijven die in het westen van het land niet kunnen uitbreiden, krijgen hier de ruimte.

DUURZAAM

In de Koekoekspolder wordt duurzame energie opgewekt met warmte-krachtinstallaties die naast warmte en CO_2 ook elektriciteit leveren. Sinds 2012 worden in de Koekoekspolder ook kassen verwarmd met duurzame aardwarmte. Vanaf een diepte van 1.800 meter wordt water met een temperatuur van ruim 70 graden opgepompt. Met dit warme water worden de kassen verwarmd. Zodra het water is afgekoeld, wordt het weer naar dezelfde diepte teruggepompt. Een geweldig circulair systeem dat berekend is op de toekomst.

TOEKOMST

Tuinbouwgebied De Koekoekspolder in IJsselmuiden is sterk in beweging. Door samenwerking tussen de tuinders, onderwijsinstellingen, regio, provincie en gemeente ontstaat dynamiek in het gebied. Door deze samenwerking, de aantrekkende markt en de initiatieven op het gebied van duurzaamheid zullen op korte termijn nog meer economische, duurzame en innovatieve ontwikkelingen plaatsvinden. In de volgende editie van ZON gaat de gemeente Kampen hier nader op in. ‹

fotografie: Archief

WAAR HET STRAMIEN EINDIGT, START HET WELZIJN

‘Op school komt ieder kind in een stramien van leerdoelen en zodra je aan het werk gaat, kom je in een systeem van wetten en regels. Geld en regels zijn inmiddels een doel op zich geworden en belangrijker dan ons welzijn. Wat is er mis met handwerk, buiten aan het werk zijn of eens uitgebreid met iemand praten?’

tekst: **Mirjam van Huet** fotografie: **Peter Timmer**

‘We denken dat het financieel voordeel oplevert als we alles automatiseren of productie aan het buitenland uitbesteden. Alleen als dit ten koste gaat van het welzijn van mensen kost dát nog meer geld. Welzijn maakt dus rijk in alle opzichten.

Mijn idee is dat een vitale regio begint bij gezonde bedrijven met vitale mensen. Wat maakt nou dat je als mens gelukkig aan het werk bent? Werk doen dat bij je past en je talenten benutten is ons credo. Dat maakt waarde creëren voor de klant én de medewerker vanzelfsprekend.

Bij Vogellanden willen we geen onnodige regels; we richten ons op wat nodig is om onze patiënten verder te helpen. Onze revalidatieartsen hebben een holistische visie; niet de aandoening, maar de hele mens doet er toe. Het succes zit niet in medische hulpstukken, maar in de interactie tussen de arts en de patiënt. Coachen, motiveren en mensen helpen om van onmogelijkheden mogelijkheden te maken.

Zo kijken we ook naar ons bedrijf en medewerkers, holistisch. Alles moet kloppen en dat vraagt nieuw leiderschap. We willen niet steeds meer doen; we willen de juiste dingen goed doen.

Onze medewerkerstevredenheid (8+) en klanttevredenheid (8,5+) halen we jaar na jaar en daar zijn we trots op. Wij kunnen alleen succesvol zijn als de medewerkers op de juiste plek en goed in hun vel zitten.

Voor de liefhebber van ‘harde’ resultaten: ook in onze cijfers zien we het succes. In een paar jaar is ons financiële resultaat vertienvoudigd. Zonder te bezuinigen of reorganiseren, want daar geloven wij niet in.

Ondertussen blijven we nieuwe manieren ontwikkelen voor revalidatie en ‘prevalidatie’, voorkomen dat mensen ziek worden. En we blijven focussen op holistisch systemisch werken en modern leiderschap. Over deze en andere thema’s in volgende nummers van Zon ‘regio Zwolle meer. Want veel mensen zijn nog niet ziek, maar worden het wel, tenzij we met plezier gaan leven en werken.’ ‹

FENNA EEFTING

Fenna Eefting is bestuurder van Vogellanden, centrum voor revalidatie en bijzondere tandheelkunde in Zwolle. Eefting studeerde Economie en Toegepaste huishoudwetenschappen aan de Hanze Hogeschool Groningen. In 2013 rondde ze haar MBA Public & Privat aan Business University Nyenrode af. Met modern leiderschap laat Eefting de professional tot zijn recht komen. Daardoor ontstaat innovatie en krijgt de zorgklant de beste en betaalbare zorg. Fenna besteedt naast haar werk tijd aan tennis en persoonlijke vitaliteit en ontwikkeling.

Emmely Lefèvre en Lotte van Hal

Een 5-daagse reis naar leiderschap en ondernemerschap, op Ibiza

Stilstaan in beweging

Heb je een idee of concept in je hoofd, maar weet je niet hoe te beginnen? Of sta je voor een nieuwe uitdaging en wil je daarmee meteen een goed begin maken? Of wil je als professional doorontwikkelen? Kortom, ben je klaar voor de volgende stap? Met hun bedrijf 'Moveren' bieden Lotte van Hal (NEXD) en Emmely Lefèvre (Ditis'Em) het programma 'Stilstaan in beweging' aan, op het magische Ibiza.
Eén van de coaches is hoogleraar Transitiekunde Jan Rotmans.

tekst: Mirjam van Huet fotografie: Peter Timmer / Archief

'Dit programma is voor leidinggevenden, professionals, specialisten, ondernemers en andere mensen die in hun carrière willen investeren. Voor mensen die het dolgraag anders willen, maar niet direct weten hoe en waar te beginnen', zegt Emmely Lefèvre. 'Waar zit mijn talent en hoe kan ik mijn talent zo inzetten dat dingen vanzelf gaan? Hoe zet ik mijn leiderschap zo in, dat de hele organisatie als vanzelfsprekend aan hetzelfde doel werkt? Op deze en andere ondernemerschaps- en leiderschapsvragen vinden de deelnemers van het programma 'Stilstaan in beweging' antwoorden.'

MOVEREN

Van Hal en Lefèvre doorbreken met hun ontwikkelreis het bestaande systeem van school-werk-pensioen. 'Wij geloven dat je met regelmaat moet stilstaan bij wat je doet en waarom je dat doet. En, vervolgens iets met die inzichten moet doen. Leren en ontwikkelen betekent voor ons maatwerk. Wij geloven daarom niet in een traditioneel cursusaanbod, maar wel in letterlijk en figuurlijk je grenzen verleggen. We brengen mensen en bedrijven in beweging, vandaar dat ons bedrijf Moveren heet', zegt Van Hal.

METHODE

De vijf dagen in Ibiza zijn zo georganiseerd, dat je thuiskomt met een concreet plan van aanpak. Of dat nu is om eindelijk de stap naar zelfstandig ondernemerschap te zetten of om met je hele organisatie een andere koers te gaan varen. Van Hal en Lefèvre werken met een zelf ontwikkelde methode, gebaseerd op basisprincipes van goeroes als Stephen Covey, Daniel Ofman, Steve Jobs en Simon Sinek. 'Uniek aan onze aanpak is dat we eerst iemands diepe drijfveren zichtbaar weten te maken en die daarna vertalen naar een praktische aanpak. We blijven dus niet in het theoretische hangen, we zorgen dat de deelnemers daadwerkelijk gaan dóen', zegt Lefèvre.

COMBINATIE

Moveren is niet de eerste samenwerking tussen de twee Zwolse onderneemsters. Ze deden al diverse projecten samen en hebben daarbij gemerkt dat ze elkaar goed aanvullen. 'Emmely brengt haar jarenlange ervaring als ondernemer en innovator in en ik mijn kennis op het gebied van leren en development. Met die combinatie brengen we bedrijven en ondernemers verder', zegt Van Hal.

NIEUWE KANTEN ONTDEKKEN

Ze kozen het eiland Ibiza als locatie voor hun programma 'Stilstaan in beweging', vanwege de twee kanten die het eiland zo bijzonder maken. 'Mensen denken dat ze Ibiza kennen. Ibiza, dat is toch dat feesteiland? Klopt, maar het is ook een magische plek met prachtige natuur, waar je helemaal tot rust komt. Zoals de deelnemers een andere kant van het eiland ontdekken, zo leren ze ook een andere kant van zichzelf zien. En dat is een voorwaarde voor groei en verandering, want als je doet wat je deed, krijg je wat je kreeg', zijn Lefèvre en Van Hal van mening.

Dat vraagt om de moed om buiten de gebaande paden te treden. 'Je stapt uit je comfortzone, leert nieuwe mensen kennen en kijkt verder dan waar je tot nu toe bent geweest. Ondernemendheid, dat moet je durven', zegt Van Hal.

SAMEN

De week is gebaseerd op het principe 'ik-wij-het'. 'De 'ik', gaat over je persoonlijke drijfveren. De 'wij' dat is je omgeving, zoals je collega's, gezin en andere belangrijke mensen om je heen. De 'het', dat is de organisatie, de nieuwe stap die je wilt zetten of het project waarmee je bezig bent. Het een kan niet zonder het ander', verklaart Lefèvre de bouwstenen van het programma.

Hoewel iedereen op Ibiza aan zijn eigen vraagstuk werkt, staan samenwerken, samen ontspannen en samen reflecteren voorop. Je hoeft het niet alleen te doen, benadrukt Lefèvre. 'Iedereen heeft een andere achtergrond en brengt zijn eigen kennis, kunde en ervaring in. Die zogenoemde co-intelligentie geeft nieuwe inzichten en versterkt en versnelt het proces. Bovendien is er tijd om alleen of samen het eiland te verkennen.'

Tijdens de reis worden de deelnemers onder andere gecoacht door niemand minder dan hoogleraar Transitiekunde Jan Rotmans. Hij is een progressor die deelnemers weet te bewegen naar conrete acties. Niet alleen denken en praten, maar vooral ook dóen. Daarom heeft hij onder andere ICIS, Urgenda, DRIFT, Nederland Kantelt en Zorgeloos opgericht. De organisaties die de transitietheorie in de praktijk ervaren.

LAAGDREMPELIG

Van Hal en Lefèvre houden hun programma bewust laagdrempelig. Ze vertellen: 'vijf dagen kun je missen op je werk. En een ticket naar Ibiza boek je al voor 150 euro. Sowieso vinden we het belangrijk om het betaalbaar te houden. We geloven in blijven ontwikkelen, van je schooltijd tot en met je pensioen. Dan moet dat praktisch en financieel ook haalbaar zijn.' ‹

Vanuit onze ervaring, professie en netwerk reiken wij handvaten aan om plannen te realiseren

Jan Rotmans

'Stilstaan in beweging' op Ibiza

- € 1.950 exclusief vliegticket
- persoonlijke intake
- 5 dagen verdieping, persoonlijk ontwikkelingsplan en theorie
- begeleiding op maat
- 1 individueel coachingsgesprek
- verblijf, ontbijt en diner inbegrepen
- creatieve en sportieve activiteiten
- 1 voortgangsdag na thuiskomst in Nederland

moveren

Ditis'Em / Emmely Lefèvre / www.ditisem.nl
NEXD / Lotte van Hal / www.nexd.nl
www.moveren.nl

Startups zijn een bron van inspiratie voor de gevestigde orde. Zo ook Cloud Garden, het bedrijf van de 25-jarige ondernemer Tom Koenderman. In dit nummer van Zon'regio Zwolle gaat hij in gesprek met Petro Vosselman, directeur mkb bij accountants- en advieskantoor Deloitte. Over inspireren, het vormen van een community en impact versus euro's.

tekst: Mirjam van Huet fotografie: Peter Timmer

Tom Koenderman: 'Geld is niet mijn drijfveer, impact maken wel'

Impact versus euro's

Tom Koenderman

De Zwolse startup Cloud Garden heeft een innovatief systeem bedacht voor een gezond kantoorklimaat. Stap één is met sensoren de luchtkwaliteit bepalen. Onder meer de gehaltes van VOC, co2 en luchtvochtigheid worden gemeten. Stap twee is de meetgegevens combineren met domoticasystemen. Zo wordt centraal bepaald of bijvoorbeeld de kachel omhoog moet of dat er moet worden geventileerd of iets dergelijks. Stap drie is om op kamerniveau decentrale oplossingen toe te voegen, zoals plantenwanden die de lucht zuiveren.

Hiermee geeft Cloudgarden een oplossing voor twee problemen: sick building sydrome en onnodig energieverbruik. Bijzonder is dat het bedrijf zijn populariteit dankt aan de geavanceerde meettechniek, terwijl het die techniek oorspronkelijk eigenlijk ontwikkelde om het effect van planten op werkplekken te bewijzen. 'De groene wanden, oftewel de oplossingen met planten, en de technologie voor smart buildings vormen nu haast twee afzonderlijke bedrijven', zegt Tom Koenderman van Cloudgarden, die recent zijn studie Biologie aan Universiteit Utrecht afrondde. 'De energietransitie vraagt om dergelijke oplossingen', vervolgt hij. 'Bovendien kunnen dergelijke meetgegevens een rol spelen in de keuze van een kantoorgebouw. Of misschien zelfs in de keuze voor een werkgever.'

Petro Vosselman

Grote bedrijven hebben dynamiek nodig om zich te blijven ontwikkelen

Petro Vosselman

INSPIREREND

'Heel inspirerend', noemt Vosselman de visie van de jonge ondernemer en de manier waarop die zijn producten ontwikkelt. 'Hij analyseert data, geeft bedrijven daarmee inzicht in hun klimaat én biedt oplossingen om het klimaat bij te sturen.'

Bedrijven als UWV, Rabobank, PWC en Sneaker District zijn al klant bij de startup, die anderhalf jaar geleden begon en pas een halfjaar zijn producten op de markt heeft. Het team bestaat uit 7,5 fte.

'Ik begeef me graag onder jonge ondernemers zoals Tom', vervolgt Vosselman zijn verhaal. 'Startups bieden mij ook nieuwe inzichten, die ik weer kan toepassen bij onze klanten.' Koenderman kan zich daarin vinden: 'grote bedrijven hebben dynamiek nodig om zich te blijven ontwikkelen'.

VERDER EN SNELLER

'Deloitte wil startups een kans geven. Dat roepen veel accountants- en advieskantoren, maar in de praktijk lukt het vaak niet, omdat het een investering vergt. Deloitte kijkt daar anders tegenaan. Wij laten startups bijvoorbeeld zelf bepalen wat zij onze diensten waard vinden. Of we sluiten barterdeals. Ik begeleid een coach die wil opschalen naar een bedrijf met meerdere coaches. Ik deel met haar verschillende businessmodellen en geef inzicht door haar resultaten te meten. Ik wil ondernemers zoals zij leren hoe ze zelf hun bedrijf ontwikkelen. In ruil voor mijn hulp, coacht zij mijn team. Ik denk niet dat dit de accountant overbodig maakt. Het brengt het bedrijf in kwestie wel sneller verder dan wanneer ik me alleen met de cijfers zou bemoeien. Dat levert weer andere vragen op en ook op die vragen vinden we graag samen met de bedrijven antwoord', zegt Vosselman.

NIEUWE GENERATIE

Op de vraag waarom Deloitte startups op deze manier omarmt, antwoord Vosselman: 'waarom ik er zo mee omga? In 2030 willen we nog steeds bestaan. Dus moeten we de nieuwe generatie een kans geven én onze ogen en oren open houden voor de nieuwe en frisse ideeën die startups meebrengen. Bovendien werken we aan duurzame klantrelaties. Als accountant wil ik niet alleen de leverancier van het jaarverslag zijn; ik wil structureel bijdragen aan het succes van het bedrijf.'

Tom kan zich vinden in die zienswijze: 'geld is niet mijn drijfveer, impact maken wel. En dat is precies wat Deloitte doet. Deloitte is bij allerlei startup events in de regio Zwolle vertegenwoordigd. Ze dragen echt bij aan die community. Contacten leggen, partijen met elkaar verbinden, meedenken met de jonge bedrijven. Ik zou Deloitte dan ook zeker aanbevelen bij andere startups die nog zoeken naar een accountant.' ‹

Netty Wakker is sinds een halfjaar directeur van Kennispoort regio Zwolle. Ze vertelt over verwondering, kwetsbaarheid en dromen - de randvoorwaarden voor innovatie. En over het vuur, dat de regio Zwolle alleen sámen aan kan houden.

tekst: Mirjam van Huet fotografie: Peter Timmer

Netty Wakker:

'Kennispoort zet mensen bij elkaar die zorgen voor vonken'

'Kennispoort regio Zwolle heeft in de afgelopen vijf jaren een echte doorontwikkeling meegemaakt. En zoals bij ieder startend bedrijf, vormden die eerste jaren de pioniersfase. Nu zijn we toe aan een organisatie 2.0. Van startup naar scale up. Onze doelgroep is ondertussen op dezelfde manier volwassener geworden. Waar Kennispoort zich in de beginjaren richtte op jonge bedrijven met een innovatief idee, zitten we nu steeds vaker om tafel met gevestigde bedrijven die innoveren. We trekken het overigens veel breder dan alleen de technische vondsten waaraan mensen denken bij het woord innovatie. Het gaat ook om processen, sociale innovatie, het geheel van menselijke handelingen. Met die brede scope kijk ik ernaar. Ook het opnieuw toepasbaar maken van kennis in andere branches kan een innovatie zijn.

Het doel is altijd om de economische ontwikkeling van de regio Zwolle te versterken. Daar maken we ons namens onze founding partners provincie Overijssel, Hogeschool Windesheim, Deltion, Cibap, Landstede, de twintig gemeenten van de regio Zwolle en onze vele business partners zoals Rabobank, Nysingh, De Jong en Laan Accountants, Deliotte en PEC United hard voor.'

VERWONDERING

'De filosofie blijft altijd hetzelfde. Out of de box denken en ons blijven verwonderen over ideeën die wel eens dé oplossing van de toekomst kunnen worden.

Creatief denken is belangrijk voor onze innovatieadviseurs, zoeken naar vernieuwende vormen van advies. De onlangs georganiseerde Japan Business Day is daar een mooi voorbeeld van. Ruim 25 ondernemers die willen exporteren naar Japan, met name in de Agro-Food en High Tech, kregen concrete antwoorden op hun businessvragen van onder andere een delegatie uit Tokyo. Naast adviseren in de ontwikkelfase, is Kennispoort er voor het leggen van contacten. Kennispoort is een katalysator. We leggen links naar kennis, fondsen en subsidiemogelijkheden. We trekken samen met de ondernemer op.'

KWETSBAARHEID

'Innoveren begint met een droom. Van idee naar concept, naar business case, naar project naar lancering en uiteindelijk - naar de markt. Dat is een lange weg met vele stappen. Gemiddeld worden van de honderd innovatieve ideeën er maar twee succesvol. Dat zijn de 'Cloud Gardens' en 'Fiberneerings' van onze regio.

Doorzetten is inherent aan innoveren. Een quote die ik dat illustreert, is er een van Theodore Roseveld. 'De eer gaat naar de man in de arena, met een gezicht vol stof, zweet en bloed. De man die de triomf van zijn prestatie tegemoet gaat, of - in het slechtste geval, als hij faalt - weet dat hij er alles aan heeft gedaan om te slagen'. Als iets mislukt, wordt dat vaak als negatief gezien. Terwijl je het meeste leert van wat niet lukt.

Durf je kwetsbaar open te stellen. Herman van den Belt, hoofdcoach van Landstede Basketbal, liet ons dat laatst zien. Kennispoort was uitgenodigd voor dé wedstrijd van het jaar. Het team verloor. Herman zou een praatje houden, maar wilde hij dat nog wel, na deze grote teleurstelling? Hij stond er. Hij vertelde hoe basketbal werkt, hoe zijn team werkt en vooral, hoe ze een jaar lang naar deze wedstrijd toe hebben getraind. Alles klopte en toch scoorde de topscoorder die laatste kans niet. Dat is het leven.

Wat ik hiermee bedoel, je moet nooit zeggen 'dit wordt niks'. Oprecht luisteren naar iemands ideeën, iets een kans geven, je verdiepen in de ander en mixen en matchen binnen je netwerk.

Kennispoort staat bekend om zijn sterke advieswerk. Om een goed advies te geven, is

de regionale infrastructuur voor groei belangrijk: founding partners, onderwijs, instellingen. Vanuit dat netwerk ontstaat een klimaat waar grote bedrijven kleine bedrijven helpen, belangeloos. Dat lukt hier dankzij de cultuur van de regio. Betrokkenen weten, als het met regio goed gaat, gaat het met de bedrijven en organisaties ook goed. Henk Jan Meijer heeft die toon al jaren geleden gezet. Hij maakt het belang van de regio net zo belangrijk als dat van Zwolle als stad. Ik woon in Hardenberg, het uiterste puntje van de regio Zwolle, maar ook daar zien we dat. Die manier van denken weerspiegelt op de bedrijven.'

VUUR

'Dat dna moeten we blijven voeden, zodat het niet sterft. Binnen Kennispoort doen we dat onder meer door onze innovatieadviseurs met elkaar te verbinden. De kennis die de een nodig heeft voor een project, heeft de ander misschien wel binnen een ander project. Zo ontstaan regionale projecten, waar meerdere bedrijven en organisaties bij zijn betrokken.

Innoveren begint met een droom. Van idee naar concept, naar business case, naar project naar lancering en uiteindelijk - naar de markt

Dat 'samen doen' zien we ook bij onze partners. Laatst hadden we een partnerbijeenkomst. Daar ontstond spontaan een coalition of the willing om te werken aan het startupklimaat in onze regio. Dat gesprek zette iedereen aan het denken. Het zou zomaar een thema kunnen worden, zoals regio Zwolle op een gegeven moment een e-commerce regio is geworden.

Ik vergelijk dit met een strovuurtje: het brandt snel en kort, maar het moet een kampvuur worden. In vuur zit passie, energie en betrokkenheid. Met dat vuur kunnen we de regio verwarmen. Kennispoort legt de strootjes neer, vindt een houtblok om erop te leggen en zet de mensen bij elkaar die samen zorgen voor vonken.' <

'Door de challenge ga ik écht aan de slag met circulair ondernemen'

RECORDAANTAL BEDRIJVEN GAAT CIRCULAIR ECONOMY CHALLENGE IN REGIO ZWOLLE AAN

Robbert Wapstra

Met 27 deelnemende bedrijven en instellingen is dit voorjaar in Regio Zwolle de grootste Circulair Economy Challenge (CEC) ooit van start gegaan. Initiatiefnemer Rabobank organiseerde de uitdaging voor de 23e keer. Voor Regio Zwolle is dit de eerste editie. Rabobank organiseert het vanuit de vier kantoren IJsseldelta, Vaart en Vechtstreek, Meppel-Staphorst-Steenwijkerland en Salland.

tekst: **Mirjam van Huet** fotografie: **Peter Timmer**

Aanleiding voor de challenge is de veelgehoorde noodzaak om circulair te handelen. De wereldbevolking groeit van 7 naar ruim 9 miljard mensen. Daardoor is binnenkort 50 procent meer energie, 50 procent meer voedsel en 30 procent meer water nodig. 'Zoals het nu gaat, krijgen we dat niet voor elkaar', zegt Klaas Feenstra, directievoorzitter van Rabobank Vaart en Vechtstreek. 'In het huidige economisch systeem vernietigen we producten aan het eind van hun levensduur. In een circulaire economie gebruiken we minder grondstoffen, produceren we minder afval en maken we minder kosten. We werken meer samen en blijven innoveren. Om bedrijven daarmee op weg te helpen, is er deze challenge.'

En dat is precies de reden dat Robbert Wapstra, managing director van tapijtproducent Edel Group BV, besloot mee te doen. 'Ik ben ervan overtuigd dat de huidige businessmodellen eindig zijn, bij het gros van de bedrijven. Het moet anders. We moeten anders omgaan met grondstoffen. En in de setting van een challenge,

compleet met workshops, committeer ik me echt om ermee aan de gang te gaan.'

TOEKOMSTBESTENDIG

Ieder deelnemend bedrijf werkt een jaar aan een actieplan om circulair te ondernemen. 'De plannen dragen bij aan het milieu, maken bedrijven toekomstbestendig én versterken de regio. Door te innoveren blijft regio Zwolle een economische topregio', zegt Feenstra. Op de vraag waarom nu juist de bank het voortouw neemt, antwoordt hij: 'wij willen gezonde bedrijven laten bankieren. Dan kunnen we selecteren, maar liever trekken we samen op om ze toekomstbestendig te maken.'

STAPPEN ZETTEN

Kristel Leerkes-Boerhof, directeur van Boerhof Projectinrichters uit Heeten, doet mee aan de challenge en is vastberaden om een innovatieve vondst voor circulair ondernemerschap te introduceren. 'We nemen nu al circulaire initiatieven. We hebben bijvoorbeeld met een van onze leveranciers een nieuwe verpakking bedacht. Wat eerder in emmers kwam, komt nu in plastic zakken die worden vervoerd in dozen. Dat scheelt hard plastic en is makkelijker te vervoeren, wat brandstof scheelt. Onze opdrachtgevers, met name overheden en instellingen, vragen bij aanbestedingen om circulair handelen.'

Wapstra van Edel Group BV staat ook te popelen om aan de gang te gaan. 'Ik zie wel uitdagingen. In de tapijten die wij maken, zitten diverse materialen. Dat maakt het moeilijker om te recyclen. Mijn streven is desondanks om een product te ontwikkelen dat grotendeels recyclebaar is. En ik geloof ook dat het kan. Ons bedrijf bestaat al honderd jaar. We hadden het niet zo ver gebracht als we niet innovatief waren geweest. Tijdens de Tweede Wereldoorlog was er bijvoorbeeld geen kokos om tapijt van te maken. Toen hebben we papier gerold en daar tapijten mee gemaakt', blikt hij terug.

TEAMWORK

De deelnemende bedrijven krijgen persoonlijke begeleiding vanuit Rabobank en partners KPMG en MVO Nederland. 'We kijken samen welke circulaire kansen een bedrijf heeft, we koppelen ze aan organisaties die hun daarin kunnen versterken en geven workshops om hun ideeën concreet te maken', zegt Maurice Bergman, accountmanager Groot Zakelijk bij Rabobank IJsseldelta.

Hij benadrukt dat de challenge een beweging in gang zet. 'We willen voor de hele regio Zwolle een sfeer creëren waarin partijen elkaar vinden en sámen aan de circulaire economie bouwen. Niet door eindeloos praten, maar door dóen.'

OVERTROFFEN VERWACHTINGEN

De eerste stappen zijn al genomen. 'De deelnemende bedrijven hebben een intakegesprek gehad met de consultants van KPMG Sustainability. Vervolgens hebben de consultants het bedrijf bezocht voor een brainstormsessie. In deze company scan wordt gekeken welke kansen voor circulariteit er liggen binnen hun bedrijf én in samenwerking met de keten', vertelt Maurice Bergman. 'De volgende stap is een workshop samen met andere deelnemers. Daarin wordt een businessmodel ontwikkeld. Ieder bedrijf kiest daarvoor de kans waar hij op in wil spelen. In een volgende workshop werken de bedrijven aan een verhaal over hun nieuw te ontwikkelen concept; waarom doen ze dit en wat draagt het bij aan de circulaire economie? Want het nieuwe concept moet je kunnen overbrengen op anderen.'

Wapstra van Edel Group BV is enthousiast over de begeleiding van KPMG. 'Het overtreft mijn verwachtingen. We gaan echt de diepte in. We hebben wel tien tips gekregen voor circulair produceren. Daar zitten ook kansen tussen waar we zelf niet aan hadden gedacht. Ik kan de mooiste kansen nu natuurlijk niet uit de doeken doen', zegt Wapstra lachend. 'Want daarmee zouden we andere bedrijven in de tapijtbranche voorsprong geven. Maar het mooie van de oplossingen die tijdens de company scan naar voren kwamen, is dat we er nieuwe paden mee kunnen bewandelen. Bijvoorbeeld samenwerken met mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Dan heb je het niet alleen over circulariteit, maar over maatschappelijke winst in de breedste zin van het woord.' <

ROBBERT WAPSTRA

Ik ben ervan overtuigd dat de huidige businessmodellen eindig zijn, bij het gros van de bedrijven. Het moet anders

Willemskade 1 / 8011 AC Zwolle / T 038 - 428 7777 / www.rabobank.nl

Rabobank

Green PAC iLab

DE (SNEL)WEG NAAR INNOVATIE

Bij Green PAC iLab krijgen startups hulp om hun kunststof productidee verder te ontwikkelen, te maken en te vermarkten. Het 'iLab' is een vestiging waar tientallen startups ieder hun eigen plek hebben én op diverse manieren worden gecoacht en begeleid. Het is een initiatief van Hogeschool Windesheim en NHL Stenden Hogeschool. Bastian Coes is business developer bij Green PAC iLab en staat samen met een team coaches en inhoudelijk adviseurs dagelijks met raad en daad klaar voor de startups. 'Maar, de ondernemer zit aan het stuur.'

tekst: Mirjam van Huet fotografie: Peter Timmer

Dienbladen voor koffietentjes, gemaakt van hun eigen koffiedik. Aan dat concept werkt Olaf Vermeulen, eigenaar OVDesigns. Hij is 22 jaar, studeert Industrieel Productontwerp aan Hogeschool Windesheim in Zwolle en is vastberaden door te breken met zijn concept.

'De dienbladen bestaan uit vijftig procent koffiedik en vijftig procent 'biobased' kunststof', vertelt Olaf. 'Ik kan twee soorten maken: volledig afbreekbaar en niet-afbreekbaar. Het voordeel van deze nieuwe kunststof is dat er afval (koffiedik) mee weggewerkt wordt en minder kunststof wordt gebruikt. Bovendien is er een esthetische waarde: het ziet er heel natuurlijk uit, met een kleur die met conventionele kleurstoffen niet te behalen is.'

OVDesigns is een van de 21 startups die Green PAC iLab in Zwolle onder zijn dak en hoede heeft. 'Voor de begeleiding die wij bieden, gebruik ik graag de metafoor van een snelweg', zegt Bastian Coes, die als business developer vijf dagen in de week te vinden is tussen de - veelal jonge - ondernemers. 'De ondernemer zit met een flinke vaart op de snelweg. Wij helpen de juiste afslag

te nemen en obstakels te vermijden. Een voorbeeld hiervan is dat we ze ondersteunen met haalbaarheidsstudies die uitgevoerd worden door het Lectoraat Kunststoftechnologie van Windesheim en NHL Stenden. Deze studies worden gedeeltelijk gesubsidieerd. Maar', benadrukt Coes, 'de ondernemer zit aan het stuur.'

BUSINESS ANGELS

De begeleiding bestaat uit coaching door diverse vakinhoudelijke sparringsessies met specialisten en inspirerende sessies met zogeheten 'business angels' die het klappen van de zweep kennen. Daarnaast zorgt Green PAC iLab zowel binnen als buiten zijn eigen muren voor uitwisseling tussen startups. 'Hierbinnen heeft iedereen contact met elkaar. Dat is gezellig en inspirerend. Daarnaast nemen we deel in Startup Regio Zwolle, een gezamenlijk initiatief van regionale startups in samenwerking met Kennispoort Regio Zwolle. De verschillende startups geven elkaar leads en tips. Daardoor versterkt hun netwerk in de regio.'

VERWACHTINGEN

Een ondernemer die met een goed idee wakker wordt, kan niet zomaar aansluiten bij Green PAC iLab. 'We verwachten wel het een en ander', zegt Coes. 'Ze moeten gemotiveerd zijn, actief bijdragen aan onze community, de discussie met de andere ondernemers aangaan en bereid zijn om een ander verder te helpen. Hun idee moet innovatief zijn. Bovendien moet het te maken hebben met kunststof. Om hun commitment te benadrukken, betalen ze 175 euro per maand. Hiervoor krijgen ze een veelvoud aan begeleiding, kennis, ruimte om te flexwerken en de mogelijkheid om een werkplaats te gebruiken.'

Ook krijgen ze een eenmalige subsidie van 2.750 euro. 'Dat bedrag kunnen ze naar eigen inzicht inzetten', zegt Coes. 'Ze kunnen bijvoorbeeld een prototype van hun product laten maken of een beurs bezoeken. De financiering is afkomstig van het Ministerie van Onderwijs, Provincie Overijssel, gemeente Zwolle, gemeente Emmen, Hogeschool Windesheim en NHL Stenden Hogeschool.'

Olaf Vermeulen, eigenaar OVDesigns

Economie en maatschappij roepen om innovatie, circulariteit en energietransitie

Coes is enthousiast over de ontwikkeling die de startups doormaken. 'Ze ontwikkelen zich van idee tot onderneming. Meerdere initiatieven zijn de startup-fase al voorbij. Cloud Garden en DutchFiets bijvoorbeeld. Die hebben al producten op de markt. En met succes! Dat vind ik prachtig. Ze beginnen binnen Green PAC iLab en ontwikkelen zich tot bedrijven die over een paar jaar zomaar op de grote bedrijventerreinen als Hessenpoort te vinden kunnen zijn.' <

René de Heer, wethouder economie Gemeente Zwolle:

'De economie en de maatschappij roepen om innovatie, circulariteit en energietransitie. Die ontwikkelingen ontstaan alleen als we ruimte bieden aan startups. Die doen nieuwe ontdekkingen. Bovendien kunnen bestaande bedrijven vaak vragen neerleggen bij startups. Kortom: iedereen heeft baat bij de aanwezigheid van startups.

Daarom zet de gemeente in op het faciliteren van deze jonge, innovatieve bedrijven. Er is huisvesting, er zijn plekken waar ze faciliteiten kunnen delen, er is financiering, er zijn netwerken en er zijn 'business angels' die hun kennis en ervaring met de nieuwe generatie ondernemers willen delen.

We zijn als gemeente dan ook trots op zo'n plek als Green PAC iLab, waar allerlei bedrijven van de grond komen.

Een volgende stap is om ook binnen StartupDelta Nederland te laten zien wat hier in Zwolle allemaal gebeurt. Daarvoor nemen we ook initiatieven. We zijn bijvoorbeeld met een groep Zwolse startups naar Amsterdam gegaan, naar een evenement van StartupDelta. Met zo'n groep word je gezien. Bovendien hebben we de reis goed benut. De afgevaardigden van de startups hebben we tijdens de reis naast verschillende investeerders gezet. Telkens konden ze hun idee pitchen.'

Peter Spijkerman, kwartiermaker circulariteit bij Weever

Circulair bouwen staat voor samenwerking

Ieder onderdeel van een gebouw opnieuw kunnen gebruiken of het materiaal kunnen recyclen. Niet slopen, maar demonteren en opnieuw bouwen. Dat is circulaire bouw, volgens het Kamper familiebedrijf Weever Groep. 'Binnen een jaar hopen we te starten met circulaire bouw, ter inspiratie voor de regio. We willen laten zien dat het werkt', zegt Peter Spijkerman, kwartiermaker circulariteit bij Weever.

tekst: **Mirjam van Huet** fotografie: **Peter Timmer**

‘Circulair bouwen is de visie van bouwend Nederland. Niet alleen omdat het economisch gezien een goed business model is, ook omdat de maatschappij erom vraagt. De Bouwagenda, het nationale innovatie-programma voor de bouw, schrijft voor dat vanaf 2020 nieuwbouw energieneutraal moet zijn, vanaf 2030 50 procent minder primaire grondstoffen mogen worden gebruikt en vanaf 2050 volledig energie-neutraal en circulair moet worden gebouwd. Doe je dat niet zo, dan tel je niet meer mee’, luidt de overtuiging van Spijkerman.

VOORDELEN

De kwartiermaker ziet meerdere voordelen in circulair bouwen. ‘Allereerst ontlast je de wereld en maak je iets dat van waarde is voor toekomstige generaties. Bovendien zijn circulaire gebouwen waardevast. Immers, de materialen die erin zitten, kunnen aan het eind van de levensduur van het gebouw opnieuw worden gebruikt. De waarde van een gebouw kan zelfs stijgen, omdat de gebruikte materialen na verloop van tijd schaars worden.’

STIMULANS

De bevlogenheid en de wil om het verantwoord te doen, spatten ervan af bij de familie Weever. ‘Bert Weever zette vele jaren geleden al de eerste stappen op dit gebied. Zijn zoons Jelle en Bart (de vierde generatie van het familiebedrijf, MvH) kregen maatschappelijk verantwoord ondernemen met de paplepel ingegoten.’ Tegelijkertijd weet Spijkerman dat de ondernemers in hun eentje de cirkel niet rond krijgen. ‘Overheid en wetgeving spelen ook een belangrijke rol’, zegt Spijkerman. ‘Er moet stimulans komen om circulair te werken. Dan denk ik bijvoorbeeld aan een belastingstelsel dat gunstig is voor circulaire bouw. Als de loonheffing lager wordt en de belasting op materialen hoger, werk je hergebruik in de hand. En voor urban mining - bruikbare materialen uit gebouwen halen - heb je mankracht nodig.’

En dan ligt er nog de taak om opdrachtgevers bewust te maken van de noodzaak om circulair te bouwen. ‘De gemiddelde klant vraagt hier nog niet om’, zegt Spijkerman. ‘Onbekend maakt onbemind. Men denkt nog dat circulair bouwen duurder is. Wij gaan graag met geïnteresseerden om tafel om toe te lichten hoe je bij nieuwbouw de lange termijn laat meewegen. Want circulair bouwen doe je samen, met opdrachtgever, financier, stakeholder en gebruiker.’

VISIE DELEN

Geregeld wordt Weever gevraagd om de vooruitstrevende visie op circulair bouwen te delen. ‘Bij de inauguratie van Heico van der Blonk (NICE, Netwerken in Circulaire Economie) van Hogeschool Windesheim werd ons gevraagd om onze visie in te brengen’, zegt Spijkerman. Hij ontwikkelde een ‘hands on’-workshop om mensen bewust te maken van de verspilling die volgens hem gemoeid gaat met de traditionele bouw. ‘De deelnemers bouwen mini gebouwen. Ze mogen verschillende materialen gebruiken en die op allerlei manieren met elkaar verbinden.

Eindeloos verbouwen, zonder onderdelen af te schrijven

Daarna moeten ze het gebouw uit elkaar halen. Dat lukt natuurlijk nooit zonder materialen te beschadigen. Sommige materialen zijn zelfs zo met elkaar verlijmd dat ze überhaupt niet meer bruikbaar of recyclebaar zijn. Dat demonstreert de vervuiling en verspilling van de traditionele bouw.’

Daarna maken de deelnemers nóg een gebouw, met de bedoeling dat alle onderdelen opnieuw kunnen worden gebruikt. ‘Dan zie je dat iedereen ineens heel anders bouwt - modulair. Dan ga je van sloop naar demontage.’ Om die zienswijze te benadrukken, zegt Spijkerman: ‘misschien heet Weever sloopwerken over een aantal jaren wel Weever Demontage.’

INNOVATIEF

Voor modulaire bouw kent Spijkerman allerlei innovatieve oplossingen. ‘Laatst zag ik glaswanden die je aan elkaar kunt ritsen. Wil je intern verbouwen, dan zet je er gewoon een glaswand tussen. Het zou mij niet verbazen als bouwers in de toekomst gestandaardiseerde elementen gebruiken. Uitbouwen, verbouwen, demonteren en opnieuw bouwen kun je dan eindeloos herhalen, zonder dat onderdelen worden afgeschreven.’

NOODZAAK

Waar het verhaal van Spijkerman nu nog als ‘inspirerend’ of een ‘eye opener’ zal worden betiteld, is het straks bittere noodzaak, voorspellen ze bij Weever. ‘We kennen allemaal het Kadaster. Momenteel is het Madaster in ontwikkeling. Daarin staan materialenpaspoorten van gebouwen. Dat geeft inzicht in de economische waarde, de levensduur en de onderhoudsbehoefte van materialen in het betreffende gebouw. Ook worden het energieverbruik en het percentage circulariteit in beeld gebracht. Wie een gebouw aanschaft, weet precies wat erin zit. Dat verplicht zowel opdrachtgever als bouwer om circulaire keuzes te maken.’

GUNSTIG

‘Makkelijk is circulair bouwen niet’, zegt Spijkerman. ‘Maar het is een uitdaging die loont. Een circulair gebouw is een langetermijninvestering. Ik denk zelfs dat banken in de toekomst gunstigere financierings-voorstellen hanteren voor circulaire gebouwen. Simpelweg omdat ze waardevast zijn. Een circulair gebouw is eigenlijk een voorraad materialen.’ Ondertussen blijven ze zich bij Weever verder specialiseren in deze vernieuwende manier van bouwen. ‘Het mooie is dat wij sloop en bouw in huis hebben. Waar we slopen, zien we hoe het niet moet. We zien namelijk welke onderdelen en materialen we niet meer uit elkaar krijgen en daarom noodgedwongen afvoeren. Zo weten we hoe we dat bij nieuwbouw anders moeten doen.’ <

Yvette de Smidt

Studenten gaan met echte opdrachten aan de slag

EEN KANS OM MET E-COMMERCE TE STARTEN

Geboren uit behoefte. Dat is de opleiding tot e-commerce manager, volgens opleidingsmanager Yvette de Smidt van Deltion College. Zij vertelt hoe de opleiding tot stand kwam en wat de e-commerce managers in de dop allemaal leren.

tekst: **Mirjam van Huet** fotografie: **Peter Timmer**

'De markt heeft behoefte aan e-commerce managers, spinnen in het web, die alles op het gebied van e-commerce voor bedrijven regelen. Vooral bij middelgrote winkelketens, die ook online willen verkopen, speelt deze behoefte. We weten dat omdat veel stagiairs van de opleiding Commercieel medewerker allerlei taken op het gebied van online verkoop krijgen. Binnen Topcentrum E-commerce (een samenwerking tussen bedrijven, onderwijsinstellingen, Kennispoort Regio Zwolle, Provincie Overijssel en de 20 gemeenten van Regio Zwolle, red.) hebben we daarover gesproken. Samen hebben we afgesproken dat Deltion College begint met de opleiding. De opleiding is vormgegeven in nauwe samenwerking met de e-commercebedrijven uit de regio. We hebben gekozen voor Beroepsbegeleidende Leerweg (BBL); vier dagen werken, één dag naar school. De eerste groep studenten, die na de zomervakantie van 2018 begint, werven we onder onze huidige eerstejaars marketing- en sales-studenten. Zij hebben al een basis op dit gebied en kunnen doorstromen naar e-commerce. Voor de groep die in september 2019 van start gaat, kan iedereen zich straks aanmelden.

Qua inhoud is de opleiding een combinatie van de bestaande Deltion-opleidingen Vestigingsmanager en Mediavormgeving. Enerzijds dus in- en verkoopvaardigheden en anderzijds de creatieve kant, het vormgeven. Daarnaast komen specifieke ict-zaken aan bod. Zoals dataonderzoek; hoe kun je het aantal hits verhogen en hoe analyseer je de data? Uiteraard is kennis van wet- en regelgeving, cybercrime en de privacywetgeving ook onderwerp van de lesstof. Omdat de ontwikkelingen in de e-commerce snel gaan, is de opleiding modulair van aard. Zodra zich een actueel thema aandient waarop we moeten inspringen, kunnen we een module toevoegen of vervangen.

Taken die de studenten e-commerce manager bij de bedrijven kunnen doen, zijn bijvoorbeeld: socialemediakanalen inrichten en onderhouden, acties posten, online bekijken wat de doelgroep bezighoudt of de website vernieuwen.

Verder is het de bedoeling dat het bedrijfsleven casussen aanlevert, waarmee zij aan de slag willen. Zo kunnen studenten met echte opdrachten aan de slag. Voor bedrijven is het een laagdrempelige kans om met e-commerce aan de gang te gaan.' ›

‘JONGE STUDENTEN ZIJN ALS EEN BRUISTABLET VOOR BEDRIJVEN’

In zijn opleiding tot assistent vestigingsmanager is e-commerce slechts een vak, maar student Danilo Rahanra (19 jaar) had er wel een hele opleiding over willen volgen. Hij gelooft dan ook dat de nieuwe opleiding tot e-commerce manager een schot in de roos is.

‘Ik zit in het derde jaar van mijn opleiding tot assistent vestigingsmanager. Ik leer allerlei marketingprincipes. Maar wat ik niet leer, is hoe je sociale media inzet voor verkoop, hoe consumenten online zoeken en hoe je een website optimaal indeelt. En dat terwijl mijn hart juist sneller gaat kloppen van alles wat online gebeurt.

In mijn vrije tijd heb ik samen met een andere Deltion-student een app ontwikkeld: The Happiness App. Ik zie dat mensen het druk hebben en meer tijd met anderen of in hun eentje willen doorbrengen. The Happiness App brengt je op ideeën voor leuke activiteiten. Alleen of samen. En via de app kun je ook meteen de nodige spullen bestellen en vrienden uitnodigen. Mijn doel is dat de app over tien jaar in de hele wereld wordt gebruikt.

Online heeft de toekomst. Ons koopgedrag verschuift meer en meer naar het internet. En dat is ook waar merken hun klanten vinden. Denk maar aan banners met prachtige foto’s van de nieuwste Nike’s. Of categorieën in de webshop met een titel als ‘anderen kochten ook’. Of meldingen op Facebook waarin staat dat je vrienden een bepaalde site ‘ook leuk vinden’.

Tijdens de ontwikkeling van de app heb ik allerlei vaardigheden geleerd. Bijvoorbeeld content maken, die de gebruikers enthousiast maakt. Of hoe een app technisch in elkaar steekt. Ik had het heel leuk gevonden om dat op school te leren. Daarom geloof ik ook dat de opleiding tot e-commerce manager veel aanmeldingen krijgt.

Ik denk dat de studenten die de opleiding afronden, makkelijk een baan vinden. Bedrijven missen namelijk de input van jongeren. Jonge studenten van de opleiding e-commerce manager zijn als een bruistablet voor bedrijven. En dat hebben bedrijven nodig, want voor continuïteit is vernieuwing nodig.

Om je te ontwikkelen heb je andere mensen nodig. In de ontwikkeling van onze app hebben mede-student Yannick Moelaert en ik ons omringd met ondernemers, leraren en studenten. Allemaal mensen die ons hielpen groeien. Zoals zij ons hielpen, zo kunnen de studenten e-commerce straks bedrijven verder helpen.’

Jeroen te Wierik

Met de opleiding ‘E-commerce manager’ wil Deltion College inspelen op behoeften van bedrijven. En wie kan die behoefte beter verwoorden dan Jeroen te Wierik van IT-webshop Azerty.nl? Het bedrijf uit het Sallandse Raalte dankt 80 procent van zijn verkoop aan online bestellingen. Het heeft zijn pijlen gericht op 200 miljoen euro omzet in het jaar 2022. ‘De ideale e-commerce specialist heeft ervaring, eigenaarschap, inlevingsvermogen en winnaarsmentaliteit.’

‘MET ERVARING HOEF JE HET WIEL NIET STEEDS OPNIEUW UIT TE VINDEN’

‘E-commerce is een tijdrovende tak van sport. Denk je dat een nieuw knopje op de site tot meer omzet leidt, dan moet je dat proberen. Alleen, voordat het knopje in gebruik is genomen, ben je weken verder. Alle wijzigingen moeten voldoen aan de privacywetgeving en het programmeren kost tijd en geld. Heb je het dan voor elkaar en blijkt het niet te werken, dan is dat verspilde tijd en geld. Daarom moet een manager of medewerker e-commerce bij voorkeur ervaring hebben. Dan hoef je het wiel niet steeds opnieuw uit te vinden. Heeft hij al eens gemerkt dat een rond knopje beter werkt dan een vierkante, dan hoef je daar geen onderzoek meer naar te doen. Met een ervaren kracht, kun je als bedrijf direct recht op je doel af.

Daarnaast vind ik eigenaarschap belangrijk. Eigenaarschap ontwikkel je niet per se in de schoolbanken. Dat heeft ook met logisch nadenken en boerenverstand te maken. Veel marketeers denken in budgetten: ‘we hebben x-aantal euro’s beschikbaar, daar kunnen we x-aantal advertenties mee kopen’. Zo zie ik het liever niet. Geld uitgeven is prima, maar kijk eerst wat het oplevert. Iedere bestede euro moet vijftig euro opleveren. Daarom zie ik graag dat teamleden en leveranciers heel kritisch kijken wat je met iedere euro kunt. Geef het geld uit alsof het van jezelf is.

En dan is er nog het inlevingsvermogen. Snapt de e-commercemedewerker wat er in de klant omgaat? In een fysieke winkel heeft een verkoper de klant vóór zich. Online kun je de klant niet zien. Daarvoor zijn er natuurlijk wel methodes, zoals de customer journey, waardoor je de online klant leert begrijpen. Maar die methodes moet je dan wel kennen.

Ten slotte is er niets zo belangrijk als winnaarsmentaliteit. De consument heeft in 2022 niet ineens veel meer IT-artikelen nodig dan nu. Toch willen wij dan vier keer zo veel omzet als dat we nu hebben. Dat kunnen we alleen realiseren door nog klantvriendelijker te werken dan andere IT-webshops. Daarvoor is een e-commerce vakman of -vrouw nodig die het bedrijf tot topprestaties brengt.’ <

Jeroen te Wierik

Niets is zo belangrijk als winnaarsmentaliteit

Even voorstellen

Dennis Haarman

D-etail uit Raalte helpt bedrijven hun online kanaal te ontwikkelen, voor bestaande en nieuwe webshops.Daarnaast is hij betrokken bij Topcentrum E-Commerce.

Bram Overweg

mede-eigenaar van Overweg Olie uit Raalte, begon vijf jaar geleden een webshop. Levert olie en smeermiddelen, online en offline, aan particulieren en zakelijke klanten.

Inge Smit

Blijkaartje.nl uit Raalte levert kaarten voor alle blijde gebeurtenissen. Gebruikers kunnen op de website zelf kaartjes samenstellen. Blijkaartje.nl is top 5-speler in Nederland in deze branche.

Tips voor bedrijven die aan de slag willen met e-commerce

Raalter ondernemers veroveren het web

Een webshop openen is een fluitje van een cent. Maar waar loop je tegenaan als je digitaal de deuren hebt geopend? Hoe trek je klanten, welke valkuilen zijn er? Vijf ondernemers uit de gemeente Raalte zijn al jaren succesvol in de e-commerce, en delen graag hoe ze dat duurzame succes - met vallen en opstaan - hebben bereikt.

tekst: **Frederike Krommendijk** fotografie: **Peter Timmer**

Roel Bonants

Businesspoint uit Raalte ontzorgt de zakelijke markt door via één webadres alle mogelijke artikelen te leveren, van vaatwastablet tot kantoormeubels en electronica. Klanten zijn onder andere Landal Vakantieparken, Campina en Justitie.

Christiaan Ploeger

DigiWorks uit Heino helpt bedrijven met kantoor-automatisering en -informatisering, maar ook met opzetten en onderhouden van webshops

Jacques van Loevezijn

wethouder Gemeente Raalte, Portefeuille Economie, Participatiewet, Werk & Inkomen, Recreatie & Toerisme

FASE 1: ALS DE WIEDEWEERGA DAT WEB OP

Ze bestaan nog: ondernemers die geen webwinkel hebben en geen website. Sterker nog, ze zijn online onvindbaar. Onvoorstelbaar, vinden de vijf ondernemers. 'Iedereen doet het: googlen als je een dienst of product nodig hebt. Als je iets online niet kunt vinden, lijkt het niet te bestaan', schetst Bonants van Businesspoint.

Als de wiedeweerga dat web op dus, roepen ze ondernemers op. 'Het hoeft echt niet zo ingewikkeld. Al heb je maar een leuke site waarop mensen je kunnen vinden en met je in contact kunnen komen. Zelf online je afspraak inplannen bij een kapper bijvoorbeeld. Als iemand uit eten wil, kijkt hij op internet naar restaurants. Als je niet digitaal te vinden bent, besta je voor die potentiële gasten niet', zegt Ploeger van DigiWorks.

Stilstand is achteruitgang. Wie niet met e-commerce begint, haalt die achterstand straks bijna niet meer in. 'Je ziet dat bedrijven weer druk zijn; de crisis is voorbij. Zij hebben niet in de gaten dat als ze zich nu digitaal niet ontwikkelen, ze over tien jaar een bedrijf hebben dat niets waard is', vindt Dennis Haarman van D-etail. De nieuwe generatie klanten zal immers alleen maar meer online actief zijn.

De ondernemers beluisterend, zegt wethouder Van Loevezijn: 'wij zijn participant in De Ondernemer van Morgen, een Raalter programma waarin we ondernemers ook op dit gebied wegwijs maken. Ik vind het belangrijk dat we hierover een bijeenkomst organiseren. Dit is urgent'.

Is dat online shoppen wel goed voor het winkelhart van Raalte? 'Ik zie in e-commerce meer kansen dan bedreigingen', zegt de wethouder. 'In een centrum heb je beleving nodig; winkelen moet een uitje zijn. Mensen komen daarvoor graag naar Raalte. Maar er moet een mix zijn: in de winkel kun je een kledingstuk voelen en passen. Is je maat er niet, dan kun je de aankoop online afhandelen.' En als een ondernemer niet digitaal gaat? 'Dat is een vrije keuze, maar het is belangrijk dat 'ie die keus goed geïnformeerd maakt en zich bewust is van de gevolgen, dan wel gemiste kansen.'

FASE 2: KLANTEN KRIJGEN, KLANTEN HOUDEN

Maak jezelf zichtbaar, bijvoorbeeld via sociale media. En koester je klanten. De meeste mensen die op Blijkaartje.nl aan de slag gaan met een kaart, redden zich prima. Maar als ze vastlopen, is contact zo gelegd. 'Je moet net zo persoonlijk zijn als wanneer je een echte winkel zou hebben en zeker zulke goede service bieden', vindt Inge Smit. 'Onze e-mails zijn voorzien van een foto van de medewerker, dat verhoogt de persoonlijke beleving - essentieel voor een snelle klantbinding. Daarnaast werkt ook de chatfunctie laagdrempelig, het eerste contact is sneller gelegd.' Heel belangrijk, weet Roel Bonants. 'Je klant is zo weg als je niet goed reageert. In een winkel zie je iemand geïrriteerd raken, dan kan je nog ingrijpen. Digitaal is 'ie gewoon weg.' >

Goed luisteren is belangrijk, ook in e-commerce. ‘Je moet exact luisteren wat de wens van je klant is, doorvragen. En ontzorg je klanten: iedereen is druk, one stop one shop is het geheim van ons succes.’ Ook Chris Ploeger van DigiWorks hamert erop: ken je klant. ‘Wij gaan echt met klanten zitten: waar wil je over vijf of tien jaar staan. Alleen een webshop openen en dan afwachten heeft geen zin.’

Contact houden kan met re-marketing. Zo stuurt Bram Overweg een leuke aanbieding voor olie wanneer die vervangen moet worden. Blijkaartje maakt je, als de baby waarvoor je geboortekaartjes hebt besteld bijna een jaar is, attent op het aanbod persoonlijke verjaardagskaartjes. ‘Houd wel maat. De grens tussen attent ondernemen en stalkerig gedrag is flinterdun’, vinden de ondernemers.

FASE 3: LEER VAN JE FOUTEN

Ze zijn er heel open over: ook deze experts hebben van hun fouten moeten leren. Neem Inge Smit van Blijkaartje.nl, al 10 jaar ondernemer op het web. ‘De bestellingen via onze site liepen meteen goed, maar we wilden verder en besloten advies in te winnen. Toen bleek dat we onze site veel te veel hadden ingericht volgens de mannelijke manier van denken: zo snel mogelijk op je einddoel af. Terwijl vrouwen, onze grootste klantengroep, liever wat rondneuzen, net als in een echte winkel. Ken dus de behoeftes van je doelgroep.’

Bram Overweg heeft pas na vijf jaar een webshop die echt draait. ‘Ik hield online en offline helemaal gescheiden, dat werkt niet. Nu komt elke order van elke klant online binnen, ook al wil de klant de bestelling gewoon per telefoon of mail doorgeven. Wij voeren dan de order in de webshop in. Hierdoor hebben al onze klanten hun specifieke prijs- en orderinformatie online beschikbaar. Hiermee is niet alleen onze service naar onze bestaande offline-klanten verbeterd, maar ook ons bereik voor potentiele nieuwe klanten gigantisch vergroot.’

FASE 4: VERGROOT JE KENNIS

Webwinkel open, kom maar door met die klanten? Zo simpel is het niet. E-commerce bedrijven betekent bijblijven. ‘De devices waarmee je doelgroep jouw site bezoekt veranderen. Dat moet je blijven analyseren en er waar nodig op inspelen’, vertelt Inge Smit. Wethouder Van Loevezijn ziet in kennisoverdracht en het maken van verbindingen tussen ondernemers en onderwijs een rol voor de gemeente. ‘Kijk bij elkaar in de keuken, informeer elkaar op workshops, laat leerlingen van nieuwe e-commerceopleidingen ook hier meedraaien.’ <

TOPCENTRUM E-COMMERCE

In Topcentrum E-Commerce werken vijf onderwijsinstellingen, dertig bedrijven en de Regio Zwolle samen om van deze regio dé e-commerceregio van ons land te maken.
Topcentrum E-Commerce heeft de volgende ambities:

Meer kwalitatief e-commerce talent opleiden en behouden voor de regio. Hiervoor zijn onderdelen opgezet die de afstand tussen onderwijs en bedrijfsleven verkleinen.

Netwerken door middel van kennisdeling en -uitwisseling tussen de aangesloten bedrijven, een mix van e-commercebedrijven en -dienstverleners uit de regio Zwolle en Flevoland.

Regiobranding: van Regio Zwolle dé e-commerceregio van ons land maken.

Lid worden of meer info:
Dennis Haarman: 06 - 51 11 19 45
dennis@kennispoortregiozwolle.nl

MADE IN REGIO ZWOLLE

UNIEKE 3D PRINTTECHNIEK

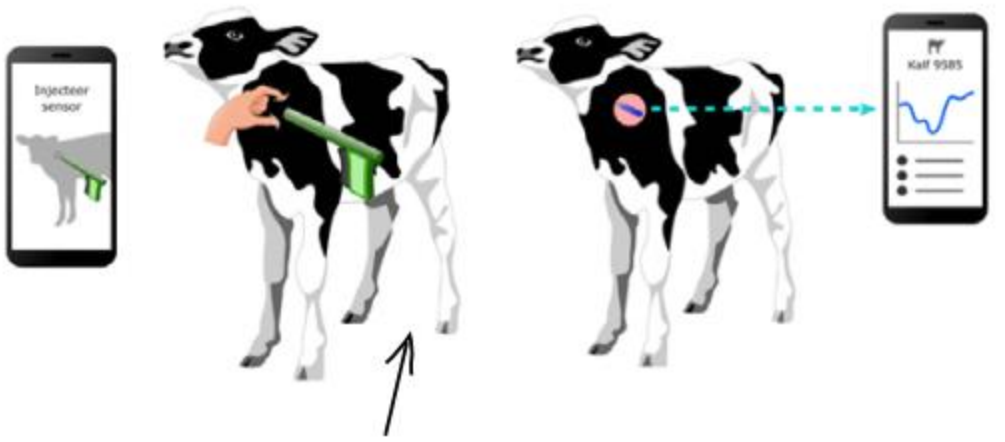
Fiberneering maakt van allerlei soorten lichte, supersterke producten. Van 'ortheses' voor het menselijk lichaam tot spatborden voor electrische fietsen. Alles gemaakt in een zelf-ontwikkelde printer die extreem grote objecten kan printen. Vooral vanuit de medische hoek, de industrie en de transportsector verwacht het bedrijf veel belangstelling. Dat heeft alles te maken met de extreme sterkte, het lage gewicht.
www.fiberneering.com

DE GOEDKOOPSTE EN SCHOONSTE MANIER OM ENERGIE OP TE SLAAN

Mofixx heeft een slimme camerahouder ontwikkeld samen met het UMC-Utrecht en Indes uit Enschede. Met deze camerahouder kan de chirurg zelf, snel, trillingsvrij en intuïtief, de camera verplaatsen en positioneren bij minimaal invasieve ingrepen.
www.mofixx.com

ONLINE KWALITEITSCONTROLE VOOR IEDEREEN!

Meten is weten. Dat geldt ook voor kwaliteit. Toch geldt nog vaak dat het meten van kwaliteit erg arbeidsintensief is. Kwaliteit en veiligheid zijn belangrijke pijlers binnen veel bedrijven en processen. Daarom ontwikkelde Checkbuster haar platform waar momenteel 38.000 inspecties per maand mee worden uitgevoerd.
www.checkbuster.com



KALVERSENSOR

VKON is in samenwerking met Factic BV een project aan het opstarten om kalveren te kunnen monitoren door de hele keten. Hierbij staat de gezondheid en het welzijn van de kalveren centraal. De sensor moet vroegtijdig ziekte en stress detecteren, zodat hier direct op gereageerd kan worden. Ook stressvolle gebeurtenissen zoals bijvoorbeeld het transport kan dan goed gemonitord worden.
www.vkon.nl

Julian van Lohuizen,
Nederlands kampioen installatietechnieken

Het vinden en behouden van goedgekwalificeerde, talentvolle en gemotiveerde medewerkers wordt in de snel veranderende arbeidsmarkt steeds lastiger. Om talent aan de regio Zwolle te binden, kunnen bedrijven hun branche en beroep meer promoten. Bijvoorbeeld door het aanbieden van stageplekken. Michael van der Ploeg en Esther van Steenveldt van het Deltion College vertellen hoe bedrijven van stagiairs de medewerkers van de toekomst maken.

tekst: **Mirjam van Huet** fotografie: **Peter Timmer**

'De arbeidsmarkt verandert. Waar na het schooljaar 2015-2016 afgestudeerden in een aantal branches moeilijk een baan vonden, wordt nu van alle kanten aan ze getrokken. Nog niet afgestudeerde leerlingen krijgen contracten aangeboden en soms zelfs de vraag om hun BOL- opleiding om te zetten naar een BBL-traject, waarbij ze wekelijks vier dagen werken en een dag naar school gaan', zegt Michael van der Ploeg, projectleider beroepspraktijkvorming.

Van der Ploeg benadrukt dat bedrijven in de regio Zwolle zelf ook een verantwoordelijkheid hebben om talent te behouden voor de toekomst. 'Denk aan opscholing, omscholing en bijscholing. Dit geldt voor studenten en voor werknemers. En zie dat niet als een taak van jouw bedrijf alleen, maar als een taak van de hele keten. Een mooi voorbeeld is dat bankmedewerkers die in hun oude werk overbodig zijn geraakt, nu als onderwijsassistent werken, onder de noemer 'Van Rabo naar Pabo'.

En in de zorg worden sommige secretaresses omgeschoold tot doktersassistentes. Dat is winst voor alle betrokkenen. We houden het talent in de regio én mensen houden werk.'

Door hun deuren open te zetten, kunnen bedrijven medewerkers enthousiast maken voor diverse beroepen. Van der Ploeg: 'exemplarisch vind ik onze samenwerking met vier recreatiebedrijven in Hoenderloo. Gezamenlijk werven we

ZET NU JE DEUREN OPEN VOOR DE MEDEWERKER VAN MORGEN

talent voor traineeships. Een trainee kan vervolgens twee bedrijven kiezen om ervaring op te doen. Zo ziet de trainee wat de branche hem te bieden heeft, en het bedrijf ziet verschillende talenten die ze kunnen aannemen.'

Van Rabo naar Pabo, omscholing van secretaresse naar doktersassistent en het traineeship in Hoenderloo zijn voorbeelden van 'transitiepaden' die voortkomen uit de samenwerking tussen de Zwolse 8 mbo- en hbo-scholen en het bedrijfsleven. Het doel is om talent te behouden voor de regio.

TOPPERS

'Bedrijven hebben soms nog een sterke voorkeur voor 'vierdejaars toppers'', weet Esther van Steenveldt, coördinator Techniek & Gebouwde omgeving. 'Maar om over een paar jaar de juiste medewerkers te hebben, moet je nu al genoeg mensen aan je binden. Of op zijn minst enthousiast maken voor je vakgebied. Zet de deuren dus ook open voor een eerstejaars of iemand van niveau 2. Wees ambassadeur voor je beroep.'

Natuurlijk kunnen bedrijven niet van ieder leerjaar en ieder niveau hetzelfde verwachten. 'Een stagiair haal je niet in huis om vacatures in te vullen of om personeel te vervangen. Maar een stagiair kan zeker meedraaien op de werkvloer. Sterker nog, we verwachten dat iemand aan het eind van zijn stage weet hoe het is om het betreffende beroep uit te voeren én dat hij de taken kan doen die passen bij de opleidingsfase waarin hij zit. Studenten van het eerste jaar kunnen een snuffelstage doen en meehelpen in de praktijk. Een vierdejaars van niveau vier kan tijdens zijn laatste stage al leidinggeven en dat mag je ook van zo'n stagiair verwachten.'

ERKEND LEERBEDRIJF

Alleen als erkend leerbedrijf kun je met stagiairs aan de slag. 'Die erkenning kunnen bedrijven zelf aanvragen bij Samenwerkingsorganisatie Beroepsonderwijs Bedrijfsleven (SBB), maar Deltion kan dat ook voor een bedrijf doen. Een accountmanager van het SBB gaat in gesprek met het bedrijf om te bepalen voor welke erkenningen ze in aanmerking komen. Het kan zijn dat een bedrijf stagiairs van meerdere opleidingen een plek kan bieden', zegt Van Steenveldt.

Een beginnende praktijkbegeleider kan vervolgens workshops volgen. 'Die workshops zijn gratis en moet je zien als een kwaliteitsslag voor de begeleiding van de student', zegt Van Steenveldt. 'Overigens hoeft een bedrijf de workshops nog niet te hebben afgerond voordat de stagiair kan beginnen.' Leuk detail: Deltion College is gastheer voor die workshops.

Erkende leerbedrijven krijgen een vermelding op Stagemarkt.nl, de etalage voor stage-aanbod van erkende leerbedrijven.

MATCHEN

De doelgerichte aanpak van het Deltion College komt niet alleen voort uit de wil om studenten goed op te leiden. Van der Ploeg: 'we voelen ook een verantwoordelijkheid om vraag en aanbod van het bedrijfsleven en het onderwijs te matchen. Die behoefte heeft de minister een paar jaar geleden ook uitgesproken. Dat is de reden dat Deltion een projectleider beroepspraktijkvorming heeft aangesteld. Ik richt me in die functie op drie zaken: matching (welke student op welke plek), begeleiding (vanuit school en in het bedrijf) en programmering (op welk moment in het curriculum gaan studenten op stage).' ‹

Michael van der Ploeg en Esther van Steenveldt

Wees ambassadeur voor je beroep

Het Zwolse bedrijf Hatland verovert langzaam maar zeker de Europese markt. Om de groei die daarmee gepaard gaat mogelijk te maken, verhuist het bedrijf in het najaar naar bedrijvenpark H2O in Hattemerbroek. Ondernemer Robert Ruesink vertelt. Over hoe hij 25 jaar geleden begon én waar het bedrijf naartoe gaat.

tekst: **Mirjam van Huet** fotografie: **Peter Timmer**

Hatland verovert Europa, vanuit Hattemerbroek

Pas 24 jaar was hij, toen hij in 1992 met een koffer vol hoeden onder de arm stad en land afreisde. 'Ik bezocht winkels in Deventer, Groningen, Amersfoort en alle andere steden rondom Zwolle. Mijn toenmalige vriendin werkte bij het spoor, dus ik kon vrij reizen', blikt Ruesink terug. 'Ik begon het bedrijf samen met mijn moeder. Toen we op een avond een oude film keken, waarin de hoofdrolspelers hoeden droegen, opperde zij: 'we beginnen een hoedenwinkel'. Ik weet niet waarom, maar ik wist meteen - dit wordt het.' Nu, 25 jaar later, maakt Hatland outdoor hoeden en petten die via buitensport-, vakantie- en lifestylewinkels hun weg naar de consument vinden.

GROEI

Ruesink hoeden werd in 1997 Hatland Headwear en verhuisde vier keer van locatie. Telkens omdat het bedrijf uit zijn jasje groeide. Dit jaar staat het bedrijf voor de vijfde verhuizing. Het heeft een zichtlocatie op bedrijvenpark H2O gekocht, aan de A28. 'Het ligt pal aan de snelweg, dus de locatie zet onze merknaam stevig neer. Daar staan we in de picture. Bovendien hebben we in het nieuwe gebouw de ruimte om efficiënter te werken en om door te groeien. En het maakt ons bedrijf representatiever. We hebben straks een prachtige showroom, met daar omheen het magazijn en onze werkkamers. Alles staat met elkaar in verbinding. Wie ons bedrijf bezoekt, krijgt een mooie indruk van wat we hebben en hoe we werken.'

Naaste buurman van Hatland wordt Thereca, het bedrijf van de eveneens Zwolse ondernemer Robin Veen. 'We hebben samen een kavel van 6.000 vierkante meter gekocht', zegt Ruesink.

BEREIKBAARHEID

Ruesink heeft in Hattemerbroek gevonden waar hij in Zwolle al tijden naar zocht. 'Ik wilde graag een plek op de Voorst, maar daar was niks vrij. Op Marslanden konden we terecht, maar daar zou ik helemaal achterin komen, op een plek waar niemand het bedrijf zou zien', zegt Ruesink.

Vanwege de internationale aspiraties van Hatland, is de bereikbaarheid belangrijk. 'De centrale locatie draagt ook bij aan onze bereikbaarheid. Er komt nog een nieuwe afrit direct naast ons gebouw, dus we zitten straks zo op de A28 en A50. Toen de situatie zich aandiende, wist ik meteen, deze kans moeten we grijpen.'

EUROPA IN

Het toekomstdoel van Hatland is om het merk uit te bouwen in Europa. Ruesink: 'nu vinden we zestig procent van onze afzet in Nederland en de rest in België, Frankrijk, Italië, Duitsland en Spanje. In Nederland zijn we zo goed vertegenwoordigd, dat we hier amper nog kunnen groeien. Daarom willen we in de rest van Europa uitbreiden.'

Het is niet zozeer de expansiedrift van Ruesink die hem over de grens beweegt, als wel 'de sport' om een gezond bedrijf te runnen. 'Vroeger werd een groot deel van onze omzet bepaald door te leveren aan enkele buitensport merken. Door de crisis, die we overigens goed hebben doorstaan, ben ik aan het denken gezet over het spreiden van kansen. Daarom ligt onze collectie nu in meer en verschillende soorten winkels. Zo'n zelfde spreiding heb ik voor ogen door ook in het buitenland het merk bekender te maken.'

SUCCES

De sleutel tot meer dan 25 jaren achtereenvolgens groeien, ligt volgens de Zwolse ondernemer in de passie voor zijn product en zijn negen waardevolle collega's in het bedrijf. 'Bovendien hebben we veel uitgeprobeerd. Hoeden en petten zijn een nichemarkt; we moesten het allemaal zelf uitvinden. Hoe vaak ik wel niet op en neer naar het verre oosten ben gegaan, om de beste fabrieken te vinden', zegt hij met een lach.

VOORUITKIJKEN

De verhuizing is een moment van terugblikken en vooruitkijken. 'Een bedrijf opbouwen is een jarenlange klus. Het is mooi om te zien hoe mijn moeder en ik samen begonnen en waar we nu staan. Mijn moeder is inmiddels met pensioen, al kan ze het niet laten om iedere avond het magazijn aan te vegen', vertelt Ruesink.

'Over bedrijfsopvolging denk ik nog niet na. Al had ik mijn kinderen wel in mijn achterhoofd toen ik voor de locatie op H2O koos. Ook bij de inrichting en de keuze van installaties dacht ik aan hun toekomst. Het wordt een degelijk gebouw, met goede materialen en duurzame installaties. Dan hebben zij later een goede basis. Of ze nu binnen Hatland iets willen betekenen of met iets heel anders aan de slag gaan.' <

4 OKTOBER 2018

EEN LEVEN LANG LEREN IN 1 DAG!

ELLLA
een leven lang leren academie

Wat is er nodig om als mens een leven lang te leren en te ontwikkelen? Hoe draag jij bij aan een vitale organisatie die continu het verschil maakt?
Op 4 oktober krijg je inzichten aangereikt waar jij en je organisatie een leven lang plezier van hebben.

Een middag vol verrassende ontmoetingen, inspirerende sprekers en aansprekende voorbeelden van lerende organisaties uit de regio Zwolle.

Daar moet je gewoon bij zijn.

Kaarten zijn vanaf
12 juli verkrijgbaar.
Volg ons op www.ellla.nl

Een leven lang leren in 1 dag!

4 oktober 2018
12.30 uur- 17.30 uur
theater de Spiegel

Jan Nathan Rozendaal, burgemeester van Elburg

Het sámen goed hebben, dat is belangrijk

Jan Nathan Rozendaal is sinds oktober 2017 burgemeester van Elburg. Hij vertelt over het belang van samenwerking in de regio. 'Het gemeenschapsbelang is groter dan het individuele belang. Het sámen goed hebben, dat is belangrijk.'

tekst: Mirjam van Huet fotografie: Peter Timmer

'Werken in een vakantieregio. Zo stelde ik me het burgemeesterschap in Elburg voor. En het klopt. Vanmorgen vroeg heb ik hardgelopen in het bos en tijdens de lunchpauze ben ik naar het centrum gefietst. Bovenop die groene omgeving en het sfeervolle centrum, is er de gemeenschapszin. De ene dag is er een feestje, de andere dag een stille tocht; mensen delen lief en leed. En ze waarderen het dat de burgemeester meeleeft. Die gemeenschapszin komt ook voort uit het Christelijke karakter van Elburg. Twee derde deel van de zetels in de gemeenteraad is van Christelijke partijen.'

VERBINDEN

'Ik heb een verbindende rol. Binnen de gemeente en tussen Elburg en andere gemeenten. Onze wethouders bedenken manieren om de gemeente verder te brengen. Economisch en qua duurzaamheid bijvoorbeeld. Een deel van de plannen vraagt om samenwerking. Voor de promotie van de Veluwe willen we samen optrekken met de andere 22 Veluwe-gemeenten. En voor economische groei willen we de financiële bijdrage aan Regio Zwolle verhogen.

We kunnen Elburg niet los zien van de Regio Zwolle. Voor het ziekenhuis en grote boodschappen gaan Elburgers naar Zwolle toe. En als bedrijven hun mensen willen scholen, wijken ze uit naar onderwijsinstellingen in andere steden. Ook voor de lobby rond verbreding van de A28 trekken gemeenten samen op. Voordat de gemeenteraad beslist dat we meer investeren in Regio Zwolle, willen we de ambitie van de regio scherp hebben. Wat gaat de regio doen om menselijk kapitaal te ontwikkelen, de bereikbaarheid te verbeteren en overheid, onderwijs en bedrijfsleven te koppelen? Aan de andere kant zien we ook hoe goed het gaat met Regio Zwolle. Met extra financiële middelen, zijn multipliers van factor tien geen illusie.'

ONDERNEMERS FACILITEREN

'Binnen Elburg faciliteren we ondernemers. Kleine zelfstandigen zijn voor hun inkomen afhankelijk van hun bedrijf. En de grotere bedrijven bieden werkgelegenheid, met Van Gelder, Biohorma en bedrijven in de scheepsbouw als grote spelers.

Het college heeft de laatste tijd tot een aantal concretere maatregelen besloten, die onze dienstverlening aan bedrijven verbeteren. We willen een vergunningencoördinator aanstellen, zodat ondernemers niet langs meerdere loketten hoeven voor een vergunning. Ook is er een beleidsmedewerker economie aangesteld, die we delen met gemeente Oldebroek. En een bedrijvencontactfunctionaris ten slotte, zodat we weten wat er speelt bij ondernemers.

Door de input van ondernemers hebben we onlangs de regels voor bed and breakfasts verruimd. Eerder mocht je alleen gasten onderbrengen in een hoofdgebouw, nu ook in bijgebouwen.'

GEMEENSCHAPPELIJK BELANG

'Praten is de basis van samenwerking. De ander begrijpen, voordat je wilt dat de ander jou begrijpt. Positief spreken over een ander, dienstbaar zijn en niet oordelen. Dat sluit aan op mijn Christelijke levensovertuiging: liefde, begrip en dienen. Kortom: het gemeenschapsbelang is groter dan het individuele belang. Het sámen goed hebben, dat is belangrijk. Zo zie ik dat ook voor de Regio Zwolle.' <

Mireille Kinket is directeur van Polymer Science Park (PSP). Kunststoffen, innoveren, 3d-printen, techniek... dat zijn termen die in één adem met PSP worden genoemd. Maar wat gebeurt er nou eigenlijk in dat industriële gebouw, die broedplaats voor innovatie, aan de Ceintuurbaan in Zwolle? Kinket vertelt het. En ze gaat in op de noodzaak om te innoveren, de zoektocht naar duurzamer kunststof en het belang van vertrouwen.

tekst: Mirjam van Huet fotografie: Peter Timmer

POLYMER SCIENCE PARK, BROEDPLAATS VOOR INNOVATIE

Met welk type vraagstukken kunnen bedrijven terecht bij PSP?
'Maatschappelijk is er veel aandacht voor recycling. Logisch dus dat producenten van consumentenartikelen daarop willen inspelen. Ze willen bijvoorbeeld gerecycled materiaal toepassen. Maar, dat is makkelijker gezegd dan gedaan. Consumenten kopen - onbewust - graag artikelen met een mooie kleur. En die kleuren zijn nog niet zo simpel te realiseren met recycling. Bovendien, kan de producent alle nodige materialen krijgen en kunnen zijn productiemethodes die ook verwerken?
Voor zulke kwesties trekken bedrijven expertise aan. Binnen de 'Proeftuin recycling', onderdeel van de programmalijn 'Circulair' van PSP, kunnen bedrijven terecht met de vraagstukken die ze hebben op dit gebied. PSP schakelt dan de partijen aan die daar veel van weten.'

Zijn de maatschappelijke drive of de vraag van de consument de enige redenen om te innoveren?
'Innovatie komt ook voort uit ondernemerschap. Bedrijven willen vooruitkijken, want vooruit kijken is regeren. Je bent ondernemer of je bent het niet. Grondstoffen raken op. Bij PSP zoeken we naar de kunststoffen van de toekomst, en de toepassing ervan. Daarvoor hebben we een vast team, een flexibele schil met experts, studenten en werkstudenten. Bovendien kunnen de ruim vijftig aangesloten bedrijven elkaar verder helpen. Sommige projecten die we hier doen, zijn gezamenlijk, sommige individueel.' ›

Als een traject het nodig heeft, zijn we een katalysator

Waarom individueel? Is innovatie niet altijd het resultaat van een optelsom?

'Sommige informatie is vertrouwelijk. Of de uitkomst van een onderzoek kan zo veel waarde hebben voor een bedrijf, dat ze niet het risico willen lopen dat de concurrent het te weten komt. Toen ik hier vier jaar geleden als directeur begon, dacht ik ook dat we de projecten altijd met allerlei partijen samen vlot gingen trekken. Jeetje, dat liep even anders. Het werden allemaal een-op-eentrajecten. PSP samen met één bedrijf. Toch was het achteraf gezien een goede stap, die individuele trajecten. Vertrouwen ontstaat van onderop. Het is niet verkeerd om klein te beginnen en pas later of in een volgend project meer partners te zoeken. Voor veel bedrijven blijkt het al een hele stap om PSP een kijkje in de keuken te geven. Doordat we in het begin geduld hebben gehad, is de zachte kant van PSP versterkt. Dat geeft vertrouwen. Dat vertrouwen versterken we overigens op verschillende manieren. Bijvoorbeeld met een duidelijke samenwerkingsovereenkomst.'

Als de informatie soms zo vertrouwelijk is, waarom houden bedrijven hun innovatietrajecten dan niet gewoon binnenshuis?

'Vroeger gold, in je eentje ga je sneller. Nu geldt, samen kom je verder. Technologische ontwikkelingen gaan zo rap, dat bedrijven het niet meer in hun eentje kunnen. Daarom zijn PSP en andere kennis- en netwerkinstituten zo hard nodig.'

Gaan binnen jullie projectbesprekingen continu technische termen en bijzondere kunststoffen over tafel?

'De verleiding is groot om meteen in te zetten op de techniek, maar daar draait het niet alleen om. Onze eerste stap is bedrijven in staat stellen om te innoveren. Vaak moet binnen een bedrijf iets gebeuren om te kunnen innoveren. Welke eerste stap is nodig, om het proces in gang te zetten? Daar hebben wij het met het bedrijf over. Misschien ziet het team het nut van veranderen niet; vinden ze het prima om te blijven doen wat ze altijd deden. Of misschien weten ze wel helemaal niet wat er allemaal kan met nieuwe ontwikkelingen, zoals een 3D-printer. Of is er nieuw talent nodig of moet worden gewerkt aan nieuwe vaardigheden. Het komt dan ook geregeld voor dat we bedrijven helpen met randvoorwaarden. We zetten bijvoorbeeld vacatures uit in het netwerk van PSP. Of we draaien een eerste deel van de productie van een nieuw product bij PSP. Als een traject het nodig heeft, zijn we een katalysator.'

Alles om de vaart erin te brengen en houden dus. Hoe rijmen jullie dat met de grote rol van studenten?

'Een van onze doelen is talent aantrekken en ontwikkelen. Daar wordt de hele regio beter van. Vandaar ook dat stagiairs bij ons zo veel ruimte krijgen. We werken met flink wat studenten. Ons vaste team telt dertien man. Daar bovenop hebben we gemiddeld twintig stagiairs per jaar. Waar in de meeste stages de ontwikkeling van de student centraal staat, staan hier kwaliteit, resultaat en snelheid van het project voorop. Bedrijven

Creativiteit ontstaat doordat verschillende perspectieven samenkomen

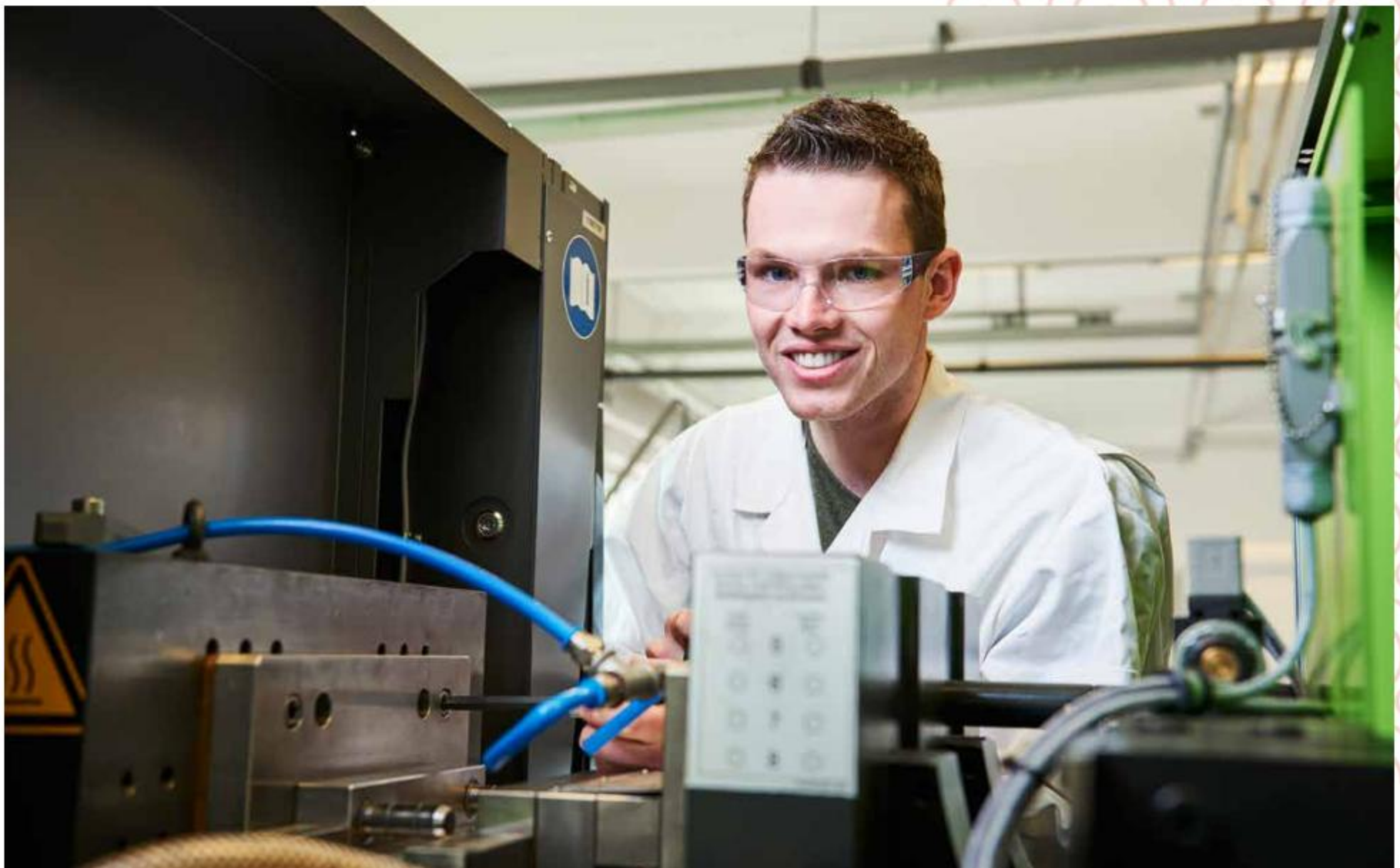
hoeven zich dus ook niet te voegen naar het curriculum van de studenten. Op zich is deze aanpak ook positief voor de stagiairs. Zij doen échte klussen en onderzoeken.'

PSP werkt bewust met studenten van de universiteit, het hbo en het mbo. Waarom?
'Ik geloof in kruisbestuiving. Studenten van verschillende niveaus hebben ook een verschillende aanpak. Dat zien we ook binnen het consortium dat hier in huis een 3D-printer ontwikkelt. Het doel is dat die een gerecyclede kunststof - die zich moeilijk laat printen - tóch kan printen. Aan de bouw van die printer werken mbo'ers en hbo'ers. De hbo'ers hebben vaak het overzicht, het complete beeld. De mbo'ers zijn heel goed in het toepassen van ideeën en het ontdekken of iets werkt. Overigens combineren we niet alleen niveaus. Ook sectoren bijvoorbeeld. Creativiteit ontstaat doordat verschillende perspectieven samenkomen.'

Vandaar dat er zo veel bedrijven bij elkaar zitten in PSP?
'Klopt. We bieden onderdak aan 11 bedrijven. Meer past er nu eigenlijk niet bij, totdat we verbouwen. Als de campus straks is zoals wij die voor ons zien, bieden we nog meer plek aan bedrijven die behoefte hebben aan kennis om te innoveren. Het mooie is dat bedrijven elkaar opzoeken en inspireren. Ook kunnen ze van elkaars en de centrale faciliteiten gebruik maken. Veel bedrijven hebben immers productielijnen die lang niet de hele tijd draaien. Als je die deelt, heb je met minder investering een hogere bezettingsgraad. Deltion College heeft een protolab in het PSP. Ze hebben bewust gekozen voor deze plek, omdat hier startups en andere bedrijven zitten. Dat levert interessante vraagstukken op.'

Ook participatiemaatschappij Oost NL is hier geregeld te vinden. Wat houdt jullie samenwerking in?
'Oost NL denkt mee met PSP als organisatie. Ze sparren met ons over bijvoorbeeld een business plan voor onze campus. En samen hebben we iemand aangetrokken die kennis heeft van alles rondom de European Investment Bank. Het uiteindelijke doel daarvan is om financiering te vinden voor pilots en PSP binnen Europa op de kaart te zetten. Met een internationale positie zijn we beter in beeld bij relevante bedrijven en kennisinstituten om mee samen te werken. Dat biedt ook een interessant netwerk voor de aangeslotenen van PSP.

Daarnaast draagt Oost NL bij met kennis en advies aan onze twee programmalijnen 'Smart' en 'Circulair'. En ten slotte zijn ze betrokken bij sommige bedrijven die bij ons innoveren. Fiberneering bijvoorbeeld.' ‹



Bram Steijn en Jeroen de Vries

DE DRIE PIJLERS VAN SMITDEVRIES

‘Blijf de lat hoger leggen’

De y- en z-generatie komen eraan. De toekomstige werknemer is individualistisch, kiest voor zingeving en werkt om te leven - hij leeft niet om te werken. Hoe richt je je organisatie zo in, dat deze nieuwe generatie zich er thuis voelt en je product of dienstverlening naar grotere hoogten brengt? En ook bij je blíjft werken?

tekst: Mirjam van Huet fotografie: Peter Timmer

Deze ontwikkeling vraagt om organisatieadvies dat niet alleen de zakelijke kant belicht, maar ook de mensenkant en de vaardigheden van de mensen. Daarom werkt adviesbureau SmitDeVries vanuit drie pijlers.

‘We bieden organisatieadvies vanuit SmitDeVries Business, we ontwikkelen mensen door middel van training en coaching vanuit SmitDeVries People en helpen professionals zich te ontwikkelen vanuit SmitDeVries Academy, dat is online learning on demand’, zegt Bram Steijn, partner, trainer en coach bij SmitDeVries.

SYNERGIE

De drie sporen zorgen voor synergie, weten ze bij SmitDeVries uit ervaring. ‘De harde kant van een bedrijf presteert beter met een goed ontwikkelde

zachte kant. Dat is overigens ook meteen wat ons onderscheidt; dankzij de drie pijlers gaan wij verder waar andere adviseurs stoppen.'

De huidige tijd vraagt om deze aanpak. 'Vroeger koos je een beroep, deed je een opleiding en bleef je een jaar of 45 datzelfde beroep doen. Tegenwoordig heb je meer te kiezen en is het normaal om van baan, branche of beroep te veranderen. En het is ook nodig. De technologie gaat zo snel, dat bedrijven blijven innoveren. Dat vraagt om nieuwe taken en vaardigheden van medewerkers', zegt Jeroen de Vries, partner bij SmitDeVries.

VAN ORGANISATIE 1.0 NAAR ORGANISATIE 3.0

'Als je het gechargeerd uiteenzet, waren mensen vroeger poppetjes binnen het bedrijf. Ze werkten ergens vanwege de zekerheid en de werkgever deed weinig aan de persoonlijke ontwikkeling van zijn mensen. Dat is een organisatie 1.0. Op deze manier benut je de toegevoegde waarde die medewerkers kunnen leveren niet of nauwelijks. Zo gaat het binnen veel bedrijven nog steeds. Maar, er zijn ook bedrijven die investeren in hun mensen. Die hebben een fruitschaal in de kantine staan, organiseren teamuitjes en steken tijd en geld in het opleiden van hun mensen. Die bedrijven noemen we 2.0 organisaties. De komende jaren gaan wij met zijn allen naar 3.0. Die organisaties zijn vergelijkbaar met die van 2.0 én ze hebben een verhaal, een reden waarom je bij ze wil horen. Daar komt het aan op zingeving, voldoening, verantwoordelijkheid. Dat zijn factoren die de jongeren van nu, de medewerkers van generatie y en z, belangrijk vinden. Deze mensen moet je sturen op output die waarde toevoegt', zegt Joeri Hollegien, adviseur bij SmitDeVries.

ONDERSCHEIDEN

'Daar worden ze niet alleen zelf gelukkiger van, het is ook beter voor je bedrijf', vervolgt hij, 'want nu volledige processen worden geautomatiseerd, wordt het werk dat overblijft des te meer mensenwerk, werk waarin een persoonlijke aanpak het verschil maakt. Denk aan creativiteit en innovatieve ideeën. Dat kun je niet automatiseren. Bovendien blijft er behoefte aan persoonlijk contact. Ook daarmee kunnen bedrijven zich in de toekomst onderscheiden. En dat is helemaal niet ingewikkeld. Zo had ik op Goede Vrijdag even na 17 uur een lekke band en belde ik de Wegenwacht. Hij had me een thuisbrengertje kunnen geven, zoals zijn functie voorschrijft. Dan was ik thuis gekomen, maar nog steeds met een lekke band. In plaats daarvan belde hij met een garage waarvan hij wist dat die op Goede Vrijdag open was. Ik kreeg meteen een nieuwe band. Dat is waarde toevoegen.'

Blijven innoveren, dat is nodig volgens de adviseurs van SmitDeVries. Niet alleen technisch - vooral ook sociaal. 'Als je doet wat je deed, krijg je wat je kreeg. Of nog minder', luidt het credo bij het Raalter adviesbureau.

DE LAT HOGER LEGGEN

Binnenkort lanceert SmitDeVries haar eigen online academy. Met cursussen en trainingen gebaseerd op de kennis van de adviseurs van SmitDeVries, inclusief instructievideo's die in de eigen studio zijn gemaakt.

Daarmee kunnen werkgevers en werknemers werken aan hun vaardigheden. Waar en wanneer ze maar willen. 'Je kunt losse trainingen volgen of als organisatie een abonnement nemen. Zo'n abonnement is ideaal voor organisaties die hun mensen willen faciliteren in blijvende ontwikkeling', vertellen de adviseurs.

Jeroen de Vries

De technologie gaat zo snel, dat bedrijven blijven innoveren. Dat vraagt om nieuwe taken en vaardigheden van medewerkers

Dat sluit aan op het type klant van SmitDeVries. 'We werken voor allerlei branches en type organisaties. Denk bijvoorbeeld aan de Kamer van Koophandel, Triflex, Lenferink Schilders en individuele professionals van bijvoorbeeld de Rabobank. Hoe verschillend ze ook zijn, ze hebben één ding gemeen: ze investeren in zichzelf en hun mensen, gaan voor groei en ontwikkeling en blijven de lat hoger leggen. Of het nu gaat om betere sales of onderlinge samenwerking.' <

Joeri Hollegien

Je denkt, ik ga met mijn collega's of studiegenoten een spelletje doen, maar voor je het weet vertel je ze van alles wat je nog nooit eerder met ze hebt gedeeld. Dat kan zomaar gebeuren bij het WaardeNspel, ontwikkeld door Wiggele Oosterhoff, docent, coördinator en onderzoeker bij Aeres Hogeschool in Dronten. 'Het doel is dat je je bewust wordt van je eigen en elkaars waarden. Dan begrijp je elkaar beter, kun je beter samenwerken en weet je van elkaar welke kant je op wilt.'

tekst: Mirjam van Huet fotografie: Peter Timmer

Inspiratie, diepgang en verbinding door WaardeNspel

De ervaringen liegen er niet om. Meerdere spelers van het WaardeNspel merkten dat er meer los kwam dan zij vooraf hadden verwacht. Jaap Boersema uit Zwolle is coach bij YouRoute. Hij vertelt: 'op een ontspannen manier worden de meest essentiële waarden zichtbaar. Gesprekspartners gaan daardoor het gesprek aan. Van hart tot hart. Dat brengt inspiratie, diepgang en verbinding.'

SPELREGELS

De spelregels zijn simpel. Allereerst: er is geen goed of fout. 'Waarden zijn als een taal om te duiden wat je belangrijk vindt. En dat kan niemand anders voor je bepalen. Anders is het met normen; die worden van buitenaf opgelegd. Bijvoorbeeld dat je binnen de bebouwde kom niet meer dan vijftig kilometer per uur mag rijden. Maar waarden, dat zijn persoonlijke drijfveren', legt Oosterhoff uit.

De spelleider kiest – eventueel samen met de spelersgroep – het onderwerp van het spel. Bijvoorbeeld persoonlijke waarde, familiewaarde of bedrijfswaarde. Vervolgens worden op twee assen zogenaamde richtingskaarten gelegd. Bijvoorbeeld 'nieuw' en 'bestaand', 'lange termijn' en 'korte termijn of 'circulair' en 'lineair'. Zo ontstaat op de speeltafel een kwadrant. En dan wordt het persoonlijk. Je kiest uit een setje van dertien, drie kaarten, met waarden die voor jou belangrijk zijn. Je legt ze op de plek binnen de kwadranten waar ze voor jou het beste passen. Klinkt op papier als een puzzel, maar is in de praktijk heel eenvoudig.

GESPREK

Dan ontstaat het gesprek. Oosterhoff fungeerde het afgelopen jaar vaak als gespreksleider. 'Aan mij de taak om vragen te stellen', legt hij uit. 'Wat betekent die waarde voor jou? Waarom liggen de door jou gekozen waarden op die plek in het kwadrant? Wat is je verhaal erbij? De antwoorden geven jouzelf en eventuele medespelers veel inzicht in wat jij belangrijk vindt.'

Het spel is sinds december 2017 in gebruik. Oosterhoff, die onder meer het vak 'Beroepsethiek' doceert en zodoende geregeld het gesprek over waarden aangaat, startte ongeveer vijf jaar geleden met de ontwikkeling ervan. 'Het idee ontstond toen ik geen laagdrempelig spel kon vinden om waarden tot onderwerp van gesprek te maken.'
Het spel blijkt in een grote behoefte te voorzien. Coaches schaffen het aan om hun cliënten bewust te maken van hun waarden, maar ook binnen Aeres Hogeschool wordt het ingezet. 'Tijdens verdiepingsdagen zoals de management-tweedaagse en de 'De Grote Dialoog Dag', maar ook tijdens lessen. Studenten van de minor Circulaire Economie gebruiken het bijvoorbeeld om de kernwaarden voor circulaire business helder te krijgen.'

INZICHTEN

Afhankelijk van het onderwerp, worden spelers soms emotioneel. 'Ik speelde het bij een familiebedrijf in een overnametraject. Een zoon vertelde aan de hand van zijn waarden dat hij buiten het familiebedrijf voor zijn gevoel meer erkenning kreeg, dan daarbinnen. Dat zijn belangrijke inzichten voor zulke trajecten.'

Soms kan het spel een vermoeden ook bevestigen. ‘Ik heb het gespeeld met twee partijen die een samenwerking wilden aangaan. Ze hadden ‘het gevoel dat het klikte’. Tijdens het spel bleek dat ze precies dezelfde waarden hadden. Ze kozen beiden continu voor waarden als ‘wij’ en ‘omgeving’. Geen wonder dat ze het gevoel hadden dat het klikte. Door het spel wisten ze niet alleen zeker dat ze wilden samenwerken, maar ook waarom.’

Een heel andere toepassing kreeg het spel tijdens een bijeenkomst voor boeren-bestuurders van ZLTO, een organisatie voor belangenbehartiging voor de landbouw in het zuiden van het land. ‘Ze gingen eerst aan de slag met hun persoonlijke waarden en toen met hun sectorwaarden. Voor sommige deelnemers bleken die behoorlijk te verschillen. Ze werden zich ervan bewust dat ze met de ene pet op ‘zus’ deden en met de andere pet op ‘zo’. Ook hier geldt weer: niets is goed of fout. Het gaat om bewustwording.’

AERES HOGESCHOOL

Het WaardeNspel is uitgegeven door Aeres Hogeschool in het kader van het zestigjarig bestaan van de agrarische hogeschool. Aeres Hogeschool Dronten heeft ondernemerschap hoog in het vaandel staan. Zo heeft de hogeschool van de NVAO het bijzonder kenmerk ondernemen gekregen. Vanwege de christelijke wortels van de hogeschool is er veel aandacht voor kern-waarden. Het WaardeNspel stimuleert het gesprek over WaardeNvol Ondernemen en is daarmee een passend ‘special product’ in het jubileumjaar. ‹

Meer informatie over of bestellen van het WaardeNspel (€ 74,50): Wiggele Oosterhoff, w.oosterhoff@aeres.nl, 088 0205887

Apothekers streven naar betaalbare en laagdrempelige huidzorg

Het was 60 jaar lang de apotheek van de binnenstad. Nu draagt Luttekestraat 12 in het Zwolse stadscentrum de naam SkinEffects, centrum voor therapeutische en cosmetische huidverbetering. Of het nu gaat om een oplossing voor acne, camouflage van littekens of manieren om de huid jong te houden, de medisch onderlegde adviseurs hebben er een antwoord op.

tekst: **Mirjam van Huet** fotografie: **Peter Timmer**

Simon Latumalea

Peter Brummelhuis

Als apothekers kregen ze vaak vragen van mensen met huidproblemen. Hoe met eczeem om te gaan, wat te doen tegen pukkeltjes en wat te smeren tegen een vette huid. ‘Huidproblemen komen veel voor en zijn voor degene die er last van heeft ook vaak erg vervelend. Niet alleen de jeuk en de pijn zijn hinderlijk, vaak voelen mensen zich ook onzeker doordat hun uiterlijk verandert’, zegt Simon Latumalea.

Compagnon Peter Brummelhuis heeft sinds 2005 een webshop Huidproducten.nl met specialistische huidproducten. ‘Mensen sturen foto’s van hun huid, stellen vragen via de livechat; we merken dat de nood hoog is’, zegt Brummelhuis.

Daarom bedachten Latumalea en Brummelhuis een concept waarmee ze mensen snel en op hoog niveau van hun huidproblemen af kunnen helpen. Op 18 mei openden ze in de Zwolse Luttekestraat hun huidcentrum SkinEffects. SkinEffects is niet te verwarren met een drogist of schoonheidssalon. Allereerst staan er geen reguliere winkelmedewerkers in de zaak, maar een schoonheidsspecialist en apothekersassistent. ‘Zij kennen en herkennen huid-aandoeningen en hebben ervaring met onze producten. Daarnaast hebben we op afspraak een medisch specialist, huidtherapeut, visagist en apotheker beschikbaar. Met al die disciplines kunnen we iedere vraag beantwoorden.’

Simon Latumalea

Door de combinatie van onze kennis en ervaring én de meetgegevens kunnen we heel gericht advies geven

Het huidcentrum gaat bovendien permanente make-up aanbieden. ‘Daarmee kun je ook littekens verminderen. Zelfs kalende plekken in het haar kun je camoufleren.’

ZELFREDZAAM

De heren worden geregeld gecomplimenteerd vanwege het feit dat ze het ‘aandurven’, een fysieke winkel openen in het tijdperk van online shoppen. ‘Wij denken daar anders over. Als je ergens mee zit, in dit geval met een huidprobleem, is het prettig als je dat vrijblijvend aan mensen met verstand van zaken kunt voorleggen. Zonder dat je daarvoor een verwijzing nodig hebt. Helemaal als het kan op zo’n laagdrempelige plek is als deze, midden in het centrum van Zwolle.’ Dat mensen tegenwoordig hun eigen risico moeten aanspreken wanneer ze naar een dermatoloog gaan, maakt hun concept alleen maar meer welkom, verwacht Brummelhuis. ‘Waarom honderden euro’s betalen voor je eigen risico, als je het met een goed advies en de juiste crème zelf kunt oplossen?’

Die toenemende zelfredzaamheid zien de apothekers in de hele gezondheidszorg. Latumalea: ‘mensen met diabetes meten hun bloedsuiker met hun mobiel. Wie echt een probleem heeft, gaat naar de huisarts, maar wat je zelf kunt oplossen, doe je zelf. Dat levert gemak op voor de mensen zelf en het ontlast de huisarts. Daardoor kan de zorg als geheel goedkoper worden.’

INNOVATIEF

SkinEffects is voorzien van de nieuwste producten én innovaties. ‘We hebben een computer waarmee we alle kenmerken van de huid kunnen meten. De diepte van de rimpels, het vochtgehalte, de talgproductie, onderhuidse pigmentatie et cetera. We kunnen zelfs meten of iemand verouderings- of expressierimpels heeft’, zegt Latumalea. ‘Door de combinatie van onze kennis en ervaring én de meetgegevens kunnen we heel gericht advies geven.’

‘Ook kunnen we het effect van de geadviseerde producten monitoren, door geregeld een meting te doen’, voegt Brummelhuis toe.

WELNESS EN THERAPEUTISCH

In de schappen staan allerlei huidverzorgingsproducten. ‘Als merken hebben we Vichy, La Roche-Posay, Skeyndor, Annemarie Börlind, AHAVA, Eucerin, Pupa, Avène en SkinCeuticals. We hebben salonlijnen met welnessproducten, maar ook therapeutische lijnen met producten die alleen in de apotheek verkrijgbaar zijn. En qua prijzen varieert het van laagdrempelig tot exclusief’, licht Latumalea toe.

Op de begane grond kunnen mensen met vragen op ieder moment binnenlopen voor advies en producten. Op de verdieping is er ruimte voor behandelingen en workshops. ‘Een verwenavond voor een vriendinnengroep behoort ook tot de mogelijkheden.’

Peter Brummelhuis

Wij gaan voor samenwerking

SAMENWERKEN

Brummelhuis en Latumalea kennen elkaar uit SAVE, het samenwerkingsverband van achttien apothekers in Salland en het Vechtdal. Samen hebben die apothekers een baxterbedrijf voor het voorverpakken van doseringen medicijnen. Brummelhuis heeft bovendien apotheken in Heino, Bathmen en Lemelerveld. Latumalea heeft apotheken in Dedemsvaart en Balkbrug. Brummelhuis was daarnaast al actief met Huidproducten.nl en Latumalea met een webshop voor medische hulpmiddelen. Die twee hebben ze samengevoegd en vanuit dat bedrijf is het fysieke huidcentrum SkinEffects ontstaan. ‘Wij gaan voor samenwerking. Vandaar ook dat we nu dit concept samen oppakken en dat we hopen bij te dragen aan goedkopere, laagdrempelige zorg.’ <

High-Tech Offset

Makkelijker produceren

High-Tech Offset volgens Veldhuis Media

Veldhuis Media heeft het drukproces volledig geïntegreerd, geautomatiseerd en gedigitaliseerd. Dit supersnelle en slimme concept noemen we High-Tech Offset.
Door uw en ons drukwerkproces volledig en naadloos op elkaar aan te sluiten, krijgt u uw kwaliteitsdrukwerk een stuk sneller, efficiënter en toch voordelig.

Snel en efficiënt het drukwerk op de plaats van bestemming.

VELDHUIS MEDIA
Daar krijg je een kleur van!

GRAFIMEDIA SCGM ISO 12647 GECERTIFICEERD

Kanaaldijk OZ 3
8102 HL Raalte

T 0572 - 34 97 00
F 0572 - 34 97 99

info@veldhuis.nl
www.veldhuis.nl

colofon

zomer 2018 / Nummer 7

UITGEVERS:
A² business
info@a2business.nl

ADVIESRAAD ZON':
Jan Nabers, eigenaar De Energieke Verbinding
voorzitter adviesraad ZON'
Rieke de Vlieger, directeur Aeres Hogeschool
Claudi Groot Koerkamp, brandmanager Regio Zwolle, Marketing Oost
Hedwig Dunneweerd, Marketing Oost
Peter Snijders, burgemeester Hardenberg
Jan Ernst van Driel, directeur Deltion College
Petro Vosselman, directeur MKB Deloitte
Cyril Mentink, partner SmitDeVries
Jeroen Kremer, directeur Oost-Nederland HumanCapitalCare
Daniëlle Gijsbertse, adviseur marketing en communicatie Oost NL
Gerdien Dokter, communicatieadviseur Port of Zwolle

REDACTIETEAM:
Mirjam van Huet, MCM tekst, *hoofd- en eindredacteur*
Frederike Krommendijk, Krommendijk & Velthuis

COVER ILLUSTRATIE:
Jasper Hofman

FOTOGRAFIE:
Peter Timmer
Eric Brinkhorst
Archief bedrijven, tenzij anders vermeld

VORMGEVING:
Advice reclame adviesbureau
Jasper Hofman, *art-direction*

LOSSE VERKOOP:
€ 6,95

INFORMATIE:
ZON' verschijnt 2 keer per jaar. Iedere uitgave wordt gelanceerd tijdens een release-event. De oplage (5200 exemplaren) wordt verspreid onder bedrijven in de 20 gemeenten van de Regio Zwolle die staan ingeschreven bij de Kamer van Koophandel met meer dan 5 medewerkers. Ook ligt ZON' op de leestafels bij overheidsinstellingen en verschillende zakelijke ontmoetingsplekken in de regio en relavante landelijk adressen.

Voor meer informatie, vragen, adreswijzigingen, advertenties of een bedrijfsreportage: neem contact op met A² business, info@a2business.nl - Annemarie Teeken 06 51 19 75 88.

COPYRIGHT:
Niets uit deze uitgave mag op welke wijze dan ook worden gereproduceerd zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever en de andere auteursrechthebbenden. Het ongevraagd toesturen van materiaal geschiedt op eigen risico.

AANSPRAKELIJKHEID:
Deze uitgave is met de grootst mogelijke zorg samengesteld. De uitgever is echter niet aansprakelijk voor eventuele onjuistheden of gevolgen van onvolkomenheden.

DRUK:
Veldhuis media, veldhuismedia.nl

Veldhuis Media is ISO- en FSC-gecertificeerd en past duurzame productiemethodes toe.

PARTNERS:

inspiratie

krachtig

energiek

dagelijks

helder

vernieuwend

scherp

innovatief

groot

vrolijk

leven

natuurlijk

altijd

prikkelend

duurzaam

zon

ZONregiozwolle.nl

twitter.com/ZONregiozwolle

facebook.com/ZONregiozwolle