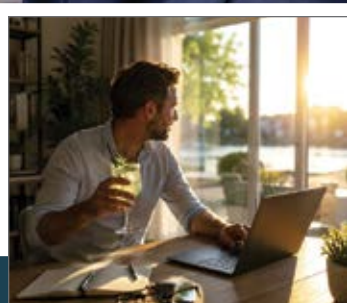
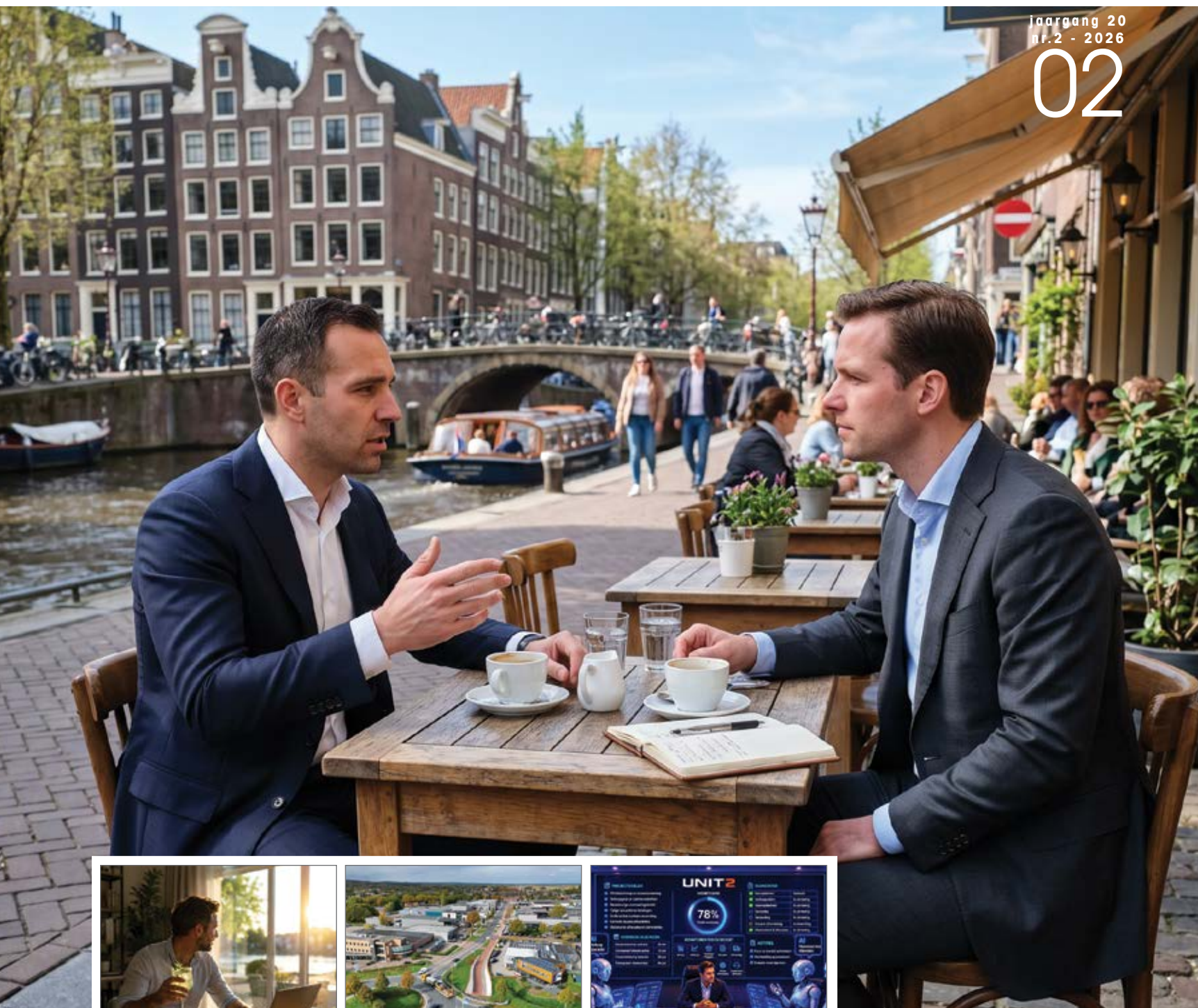


DE **Z**AKEN**M**ARKT

Zakenmagazine voor **ondernemers en bestuurders** in de regio **Achterhoek**

Jaargang 20
nr. 2 - 2026

02



Zomers ondernemen: hoe bedrijven de vakantieweken succesvol doorkomen

BOV gaat voor **groene, veilige bedrijventerreinen**

Digi-Teams lanceert eerste AI-uitzendbureau van Nederland

Altijd & overal
**GERUST AAN
HET WERK.**

hupraict.

AI 40+ jaar uw betrouwbare ICT partner

PRINT & SIGN OP MAAT

U bent bij ons van harte welkom voor al uw ontwerp, dtp, teksten, foto's, drukwerk, printwerk, binnen- en buitenreclame, raamfolies, stickers, autobeleettering, posters, behang etc., maar ook voor een inspirerend praatje natuurlijk...

Een lekker kopje koffie staat altijd voor u klaar!



Morsestraat 23 | 4004 JP Tiel | 0344 61 36 36 | post@stimio.nl | www.stimio.nl



AUTO VAKMEESTER HANS GERRITSEN

Voor betaalbaar onderhoud
aan alle automerken.

Zeddamseweg 74b
7041CS 's-Heerenberg
Tel. 0314 - 661 500

www.garagehansgerritsen.nl



inhoudsopgave



6

Zomers ondernemen: hoe bedrijven de vakantieweken succesvol doorkomen

6



13

Datagebruik: van grondstof naar concurrentievoordeel

8

'Hoe gaat het met je?' De vraag die ziekteverzuim en ggz-wachlijsten kan voorkomen

9

'Meer dan de helft van alle organisaties heeft geen bestaansrecht en verdwijnt binnen tien jaar'

10

De ondernemer als dirigent: waarom succes zelden een soloshow is

11

BOV gaat voor groene, veilige bedrijventerreinen

13



19

Financieel gezond ondernemen in 2026: vijf adviezen voor een onrustige markt

14

'Bedrijven moeten cloudproviders kiezen op basis van datarisico's'

15

Groei kost geld – waarom werkkapitaal belangrijker wordt dan ooit

16

Wist u dat... een simpele fout miljoenen kan kosten?

16

Het juiste boekhoudsysteem kiezen: een beslissing die verder gaat dan cijfers

17

Digi-Teams lanceert eerste AI-uitzendbureau van Nederland

19

Slim omgaan met belastingen: fiscale kansen die ondernemers vaak laten liggen

21

Negatieve publiciteit: van reputatierisico naar kans om vertrouwen te versterken

22

'Opvolging familiebedrijf strandt zelden op geld, vaak op emotie'

23

Van volledige onafhankelijkheid tot innovatierem: 5 misvattingen over AI-soevereiniteit

25

Merendeel jongeren profiteert niet direct van verhoging minimumjeugdloon

26

Boeken

27

Arbeidsmarkt 2026 en 2027: krapte blijft, maar de spelregels veranderen

28

IT-problemen kosten Nederlandse economie ruim €3,4 miljard per jaar

29

De auto als mobiel kantoor: waarom zakelijke reizen nog altijd waardevol zijn

31

Zakelijk nieuws in vogelvlucht

33

Internet-Bedrijvenwijzer

34



23

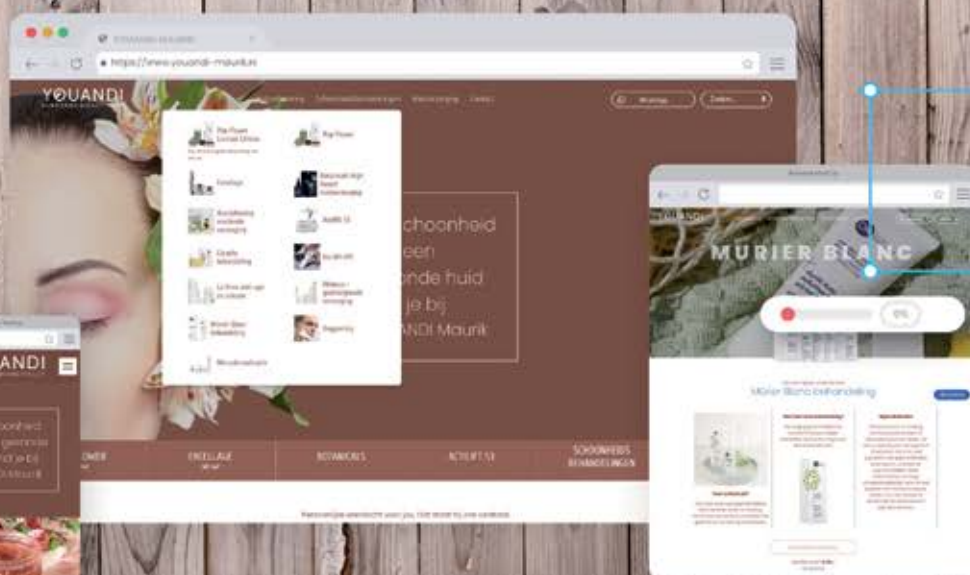


26



29

WEBSITES



ONLINE MEDIA



PRINT MEDIA



WWW.GRANDONI.NL

UW MEDIAPARTNER!





GRANDONIMEDIA

De Kranshof 206
4005 DD Tiel
E: info@grandoni.nl
info@dezakenmarkt.nl
I: www.dezakenmarkt.nl

Uitgever:

Angelo Grooten

Aan dit nummer werkten mee:

Redactie:

Angelo Grooten

Foto's:

getimg
shutterstock

Columnisten:

Tom Baerends

Vormgeving:

Bram van Gerwen

Drukwerk realisatie:

Stimo de Meerpaal/Veldhuis Media BV

Frequentie:

4 x per jaar in print en online

Controlled circulation

De ZAKENMARKT wordt in controlled circulation verspreid onder bedrijven en organisaties met meer dan vier fte. Controlled circulation betekent dat we wisselen in onze adresbestanden. Indien u verzekerd wilt zijn van toezending, kunt u zich abonneren voor € 35,- ex btw. U ontvangt dan ieder kwartaal onze editie. Abonnementen kunnen op ieder moment ingaan en zijn minimaal voor 1 jaar.

Copyrights

Het auteursrecht op dit tijdschrift en de daarin gepubliceerde artikelen wordt door de uitgever voorbehouden. De uitgever kan niet verantwoordelijk worden gesteld voor de inhoud van de advertenties. Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen, vernoemd, verspreid of gekopieerd zonder uitdrukkelijke toestemming van de uitgever.



@DeZakenMarkt

www.dezakenmarkt.nl

Voorwoord

De zomer staat voor de deur. Voor velen betekent dat een periode van vakantie, ontspanning en tijd doorbrengen met familie en vrienden. Toch is de zomer voor ondernemers vaak meer dan alleen een seizoen van rust. Het is ook een moment van reflectie. Een moment om terug te kijken op de eerste helft van het jaar en vooruit te kijken op wat de komende maanden gaan brengen.

We leven in een tijd waarin veranderingen elkaar in hoog tempo opvolgen. Technologische ontwikkelingen, economische onzekerheden, geopolitieke spanningen en een voortdurend veranderende arbeidsmarkt zorgen ervoor dat ondernemers steeds vaker moeten schakelen. Tegelijkertijd bieden juist deze veranderingen ook kansen voor organisaties die bereid zijn vooruit te denken, te investeren en zich aan te passen.

In deze editie besteden we aandacht aan verschillende thema's die ondernemers en managers momenteel bezighouden. We kijken naar de verwachtingen voor de arbeidsmarkt in 2026 en 2027, bespreken hoe organisaties negatieve publiciteit effectief kunnen managen en geven praktische inzichten op het gebied van fiscaliteit en financieel management. Daarnaast besteden we aandacht aan de rol van data binnen moderne organisaties en laten we zien hoe ondernemingen informatie steeds vaker inzetten als strategisch concurrentievoordeel.

Wat daarbij opvalt, is dat succesvolle bedrijven zich niet uitsluitend onderscheiden door hun producten of diensten. Minstens zo belangrijk zijn visie, wendbaarheid en het vermogen om de juiste keuzes te maken op het juiste moment. Ondernemerschap blijft uiteindelijk mensenwerk.

De zomer biedt een uitstekend moment om even afstand te nemen van de dagelijkse drukte en met een frisse blik naar uw onderneming te kijken. Welke kansen liggen er nog onbenut? Welke ontwikkelingen verdienen extra aandacht? En welke keuzes kunnen vandaag worden gemaakt om morgen sterker voor de dag te komen?

Namens de gehele redactie wens ik u veel leesplezier, inspiratie en een succesvolle zomer toe. Wij hopen dat deze editie u nieuwe inzichten biedt die u helpen om met vertrouwen de tweede helft van het jaar tegemoet te gaan.

Met vriendelijke en zakelijke groet,

Angelo Grooten
Uitgever





Zomers ondernemen: hoe bedrijven de vakantieweken succesvol doorkomen

Voor veel ondernemers en managers is de zomer een bijzondere periode. Terwijl werknemers uitkijken naar een welverdiende vakantie, klanten tijdelijk minder bereikbaar zijn en besluitvorming bij veel organisaties vertraagt, blijft het bedrijfsleven gewoon doordraaien. Juist in de maanden juni, juli en augustus worden de verschillen zichtbaar tussen bedrijven die de zomer zien als een probleem en organisaties die de zomer benutten als een kans.

Tekst: redactie. | Foto: getimg

Hoewel de impact van de zomer per sector verschilt, staan vrijwel alle organisaties voor dezelfde uitdaging: hoe zorg je ervoor dat de continuïteit gewaarborgd blijft, medewerkers gemotiveerd blijven en klanten goed worden bediend, terwijl een deel van het personeel afwezig is?

Begin vroeg met de vakantieplanning

Een succesvolle zomer begint vaak al in het voorjaar. Bedrijven die wachten tot juni om vakanties te plannen, lopen regelmatig tegen capaciteitsproblemen aan. Vooral in kleinere organisaties kan de afwezigheid van één of twee sleutelfiguren direct gevolgen hebben voor de dagelijkse operatie.

Het is verstandig om tijdig inzichtelijk te maken welke functies cruciaal zijn voor de bedrijfsvoering en ervoor te zorgen dat kennis niet bij slechts één medewerker aanwezig is. Door werkzaamheden tijdig over te dragen en processen goed te documenteren, wordt de organisatie minder kwetsbaar tijdens vakantieperiodes.

Cross-training van medewerkers kan hierbij een belangrijke rol spelen. Wanneer collega's elkaars werkzaamheden gedeeltelijk kunnen overnemen, ontstaat meer flexibiliteit en blijft de dienstverlening op peil.

Communiceer helder met klanten

Een van de grootste ergernissen van klanten tijdens de zomer is onduidelijkheid. Wie is bereikbaar? Hoe snel wordt er gereageerd? Zijn levertijden langer dan normaal?

Bedrijven doen er verstandig aan hierover proactief te communiceren. Transparantie voorkomt irritatie en zorgt voor realistische verwachtingen. Een korte melding op de website, een duidelijke automatische e-mailbeantwoording of een bericht op LinkedIn kan al voldoende zijn om klanten goed te informeren.

Belangrijk daarbij is dat een vakantiebericht niet alleen vermeldt dat iemand afwezig is, maar ook aangeeft wie bereikbaar is voor dringende zaken. Klanten willen vooral weten dat zij geholpen worden wanneer dat nodig is.

Gebruik de zomer voor strategische projecten

Veel bedrijven ervaren dat de dagelijkse drukte in de zomer iets afneemt. Besluitvormingsprocessen verlopen vaak trager en er zijn minder vergaderingen. Dat biedt kansen. Projecten die gedurende het jaar blijven liggen door operationele druk kunnen juist in de zomer worden opgepakt. Denk aan het optimaliseren van bedrijfsprocessen, het vernieuwen van de website, het actualiseren van marketingmateriaal of het analyseren van bedrijfsdata.

Ook strategische vraagstukken verdienen aandacht tijdens rustigere periodes. Waar wil de organisatie over drie jaar staan? Welke nieuwe markten bieden kansen? Welke producten of diensten verdienen verdere ontwikkeling?

De zomer kan daardoor een uitstekend moment zijn om aan de toekomst van de onderneming te werken.

Houd medewerkers betrokken

Voor medewerkers die niet op vakantie zijn, kan de zomer soms een lastige periode zijn. Teams zijn kleiner, collega's zijn afwezig en werkzaamheden moeten worden opgevangen. Hierdoor kan de werkdruk tijdelijk toenemen.

Goede werkgevers besteden hier bewust aandacht aan. Dat hoeft niet altijd groots of kostbaar te zijn. Flexibele werktijden, een gezamenlijke lunch, een zomerbarbecue of een informele vrijdagmiddagborrel kunnen bijdragen aan een positieve sfeer.

Daarnaast waarderen medewerkers het wanneer hun extra inzet wordt gezien. Een simpel compliment of een persoonlijke blik van waardering heeft vaak meer effect dan veel managers beseffen.

Let op cyberveiligheid

De zomermaanden zijn niet alleen populair bij vakantiegangers, maar ook bij cybercriminelen. Tijdens vakantieperiodes zijn organisaties vaak kwetsbaarder doordat minder medewerkers aanwezig zijn en controles soms minder streng worden uitgevoerd.

Cybercriminelen maken regelmatig gebruik van zogenaamde vakantie-fraude. Medewerkers ontvangen bijvoorbeeld een e-mail die afkomstig lijkt van een directeur die op vakantie is en dringend een betaling vraagt. Ook phishing-aanvallen nemen tijdens vakantieperiodes vaak toe.

Bedrijven doen er verstandig aan om medewerkers alert te houden op verdachte berichten en duidelijke procedures te hanteren voor betalingen, wachtwoordbeheer en toegang tot gevoelige informatie.

Een extra controlemechanisme kan veel problemen voorkomen.

Zorg voor voldoende bereikbaarheid

Technologie maakt het tegenwoordig mogelijk om vrijwel overal te werken. Toch betekent dat niet dat medewerkers tijdens hun vakantie voortdurend beschikbaar moeten zijn.

Juist het tegenovergestelde is vaak beter. Werknemers die echt kunnen ontspannen, keren doorgaans energiek en productiever terug. Het is daarom verstandig om duidelijke afspraken te maken over bereikbaarheid tijdens vakanties.



Voor noodgevallen kan een beperkte bereikbaarheidsregeling worden afgesproken, maar structureel werken tijdens vakantiedagen leidt zelden tot betere resultaten.

Tegelijkertijd moeten organisaties ervoor zorgen dat klanten niet afhankelijk zijn van één persoon. Een goede overdracht en duidelijke vervanging zijn daarom essentieel.

Kijk vooruit naar het najaar

Veel ondernemers beschouwen september als het echte begin van een nieuw zakelijk seizoen. Klanten keren terug van vakantie, projecten worden hervat en investeringsbeslissingen worden genomen.

Juist daarom is het verstandig om de zomer te gebruiken als voorbereidingsperiode. Marketingcampagnes voor het najaar kunnen alvast worden ontwikkeld, verkoopdoelstellingen kunnen worden aangescherpt en nieuwe producten kunnen worden voorbereid.

Bedrijven die in augustus al klaarstaan voor de drukte van september hebben vaak een voorsprong op concurrenten die pas na de vakantieperiode beginnen met plannen.

Vergeet de kansen niet

Hoewel de zomer vaak wordt geassocieerd met vertraging, ontstaan er ook nieuwe mogelijkheden. In sommige sectoren neemt de concurrentie tijdelijk af doordat bedrijven minder actief zijn. Dat kan juist een goed moment zijn om zichtbaar te zijn.

Denk aan het publiceren van waardevolle content, het onderhouden van klantrelaties of het benaderen van prospects. Omdat veel organisaties minder communiceren, kan een goed verhaal juist meer aandacht krijgen dan gedurende de rest van het jaar.

Daarnaast biedt de zomer ruimte voor reflectie. Welke doelen zijn in de eerste helft van het jaar bereikt? Waar liggen nog verbeterpunten? Welke kansen dienen zich aan voor de komende maanden?

De zomer als strategisch voordeel

Succesvol ondernemen in de zomer draait uiteindelijk om voorbereiding, flexibiliteit en vooruitdenken. Organisaties die hun bezetting goed organiseren, helder communiceren met klanten en de rust benutten voor strategische ontwikkeling, kunnen juist profiteren van deze periode.

Waar sommige bedrijven de zomer zien als een seizoen waarin alles op een lager pitje staat, beschouwen succesvolle ondernemers deze maanden als een waardevolle tussenfase: een moment om op adem te komen, processen te verbeteren en koers te zetten voor de rest van het jaar.

De zomer hoeft daarmee geen periode van stilstand te zijn. Integendeel: voor goed georganiseerde bedrijven kan het juist een van de meest waardevolle maanden van het jaar worden.



Datagebruik: van grondstof naar concurrentievoordeel

Data wordt vaak omschreven als het nieuwe goud. Toch ligt de werkelijke waarde niet in de hoeveelheid data die een organisatie verzamelt, maar in de manier waarop die data wordt gebruikt. Bedrijven beschikken tegenwoordig over meer informatie dan ooit tevoren: klantgegevens, websitebezoeken, verkoopcijfers, marktontwikkelingen en operationele data. De uitdaging is niet langer het verzamelen van gegevens, maar het omzetten ervan in bruikbare inzichten.

Tekst: redactie. | Foto: getimg

Vrijwel iedere organisatie genereert dagelijks grote hoeveelheden data. Een webshop ziet welke producten populair zijn, een uitgever analyseert leesgedrag van abonnees en een productiebedrijf monitort machines en processen. Wanneer deze gegevens op de juiste manier worden geanalyseerd, kunnen ze leiden tot betere beslissingen, hogere efficiëntie en een sterkere klantrelatie.

Een van de belangrijkste voordelen van datagebruik is het verkrijgen van inzicht in klantgedrag. Waar ondernemers vroeger grotendeels vertrouwden op ervaring en intuïtie, kunnen zij tegenwoordig onderbouwde keuzes maken op basis van feiten. Welke producten worden het meest bekeken? Op welk moment van de dag zijn klanten het actiefst? Welke marketingcampagne levert daadwerkelijk nieuwe klanten op? Data maakt het mogelijk om dergelijke vragen nauwkeurig te beantwoorden.

Daarnaast speelt data een steeds grotere rol bij procesoptimalisatie. Door bedrijfsprocessen te meten en analyseren kunnen knelpunten sneller worden opgespoord. Denk aan logistieke bedrijven die hun routes opti-

maliseren, of organisaties die met behulp van data voorspellen wanneer apparatuur onderhoud nodig heeft. Dit leidt niet alleen tot kostenbesparingen, maar ook tot een hogere kwaliteit van dienstverlening.

Tegelijkertijd brengt intensief datagebruik verantwoordelijkheden met zich mee. Privacy en gegevensbescherming staan hoog op de maatschappelijke agenda. Consumenten verwachten terecht dat organisaties zorgvuldig omgaan met hun persoonsgegevens. Wetgeving zoals de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) verplicht bedrijven om transparant te zijn over welke gegevens zij verzamelen en waarvoor deze worden gebruikt. Vertrouwen is daarbij essentieel. Een organisatie die zorgvuldig met data omgaat, versterkt haar reputatie en vergroot de loyaliteit van klanten.

Ook kunstmatige intelligentie zorgt voor een nieuwe fase in datagebruik. AI-systemen zijn afhankelijk van kwalitatief hoogwaardige data om effectief te functioneren. Bedrijven die beschikken over goed gestructureerde en betrouwbare gegevens hebben daardoor een voorsprong bij het inzetten van slimme

toepassingen, zoals gepersonaliseerde klantcommunicatie, voorspellingen van marktontwikkelingen en geautomatiseerde ondersteuning van medewerkers.

Voor veel organisaties ligt de grootste uitdaging echter niet in technologie, maar in cultuur. Datagedreven werken vraagt om een manier van denken waarbij beslissingen worden ondersteund door feiten en analyses. Dit betekent niet dat ervaring en intuïtie verdwijnen, maar wel dat zij worden aangevuld met objectieve inzichten. De meest succesvolle bedrijven weten deze combinatie optimaal te benutten.

De komende jaren zal het belang van data alleen maar verder toenemen. Organisaties die investeren in datakwaliteit, analysevaardigheden en verantwoord gebruik creëren een stevig fundament voor toekomstige groei. Data is daarmee geen doel op zich, maar een strategisch hulpmiddel dat bedrijven helpt om betere beslissingen te nemen, kansen sneller te herkennen en duurzaam concurrerend te blijven in een steeds digitale economie.



'Hoe gaat het met je?'

De vraag die ziekteverzuim en ggz-wachtlijsten kan voorkomen

“Hoe gaat het met je?” Het lijkt een simpele vraag, maar juist die vraag wordt te vaak vergeten. Daarom is de Week van de Mentale Gezondheid ieder jaar opnieuw belangrijk: het is een kans voor werkgevers, gemeenten, zorgorganisaties en makers om bruggen te bouwen: ‘overbruggen’ is niet voor niets het thema van dit jaar. Door bestaande initiatieven met elkaar te verbinden in plaats van opnieuw uit te vinden, en thema’s als leefstijl, vrouwengezondheid en mentale gezondheid integraal aan te pakken, verbeter je het welzijn en voorkom je ziekteverzuim en lange ggz-wachtlijsten.

Tekst: redactie. | Foto: redactie, getimg



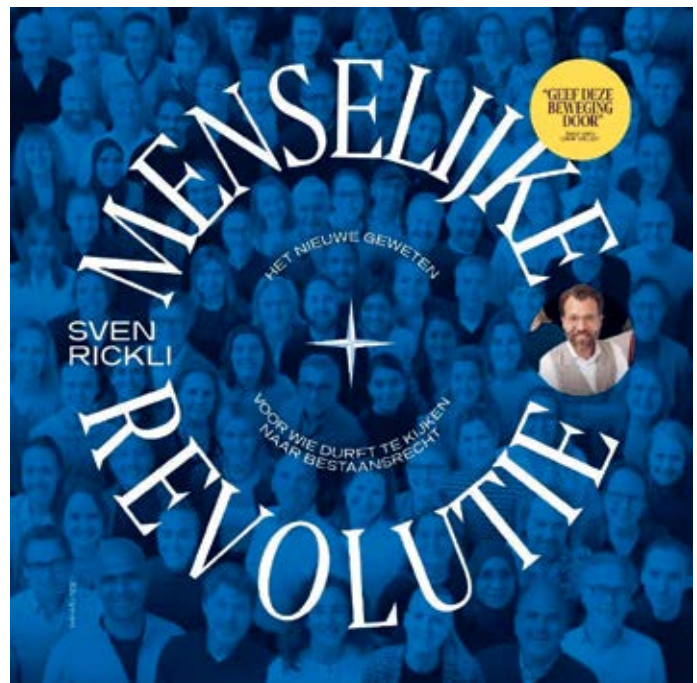
SAMEN roept op om clubs te vormen

Een treffend voorbeeld van ‘overbruggen’ is de nieuwe documentaire SAMEN van Hanna Verboom, waarin zichtbaar wordt hoe essentieel verbinding is voor ons welzijn. Het idee van ‘samen’ lijkt op veel plekken uit beeld verdwenen, ook op de werkvloer. Terwijl ziekteverzuim stijgt en de druk op de ggz blijft toenemen, wordt de oplossing vaak alleen gezocht bij professionals. Maar veel klachten kunnen juist worden voorkomen door meer verbinding in het dagelijks leven. Denk aan boekenclubs, wandelgroepen, sportverenigingen of andere initiatieven waar mensen elkaar ontmoeten en echt met elkaar in gesprek gaan. Juist daar ontstaat herkenning, steun en het besef dat je niet de enige bent die door een moeilijke tijd gaat.

Bestaande initiatieven verbinden

Bovendien bestaan er al veel waardevolle initiatieven rondom mentale gezondheid en welzijn, zoals Walk of Life, een initiatief dat door heel Nederland steun biedt met wandelevents. De uitdaging is om dit soort initiatieven met elkaar te verbinden en kennis breder te delen. Dat geldt niet alleen voor mentale gezondheid, maar ook voor vrouwengezondheid. Door gesprekken te openen, bewustzijn te vergroten en thema’s integraal aan te pakken, voelen mensen zich eerder begrepen en trekken ze sneller aan de bel als dat nodig is. Zo voorkom je dat klachten onnodig verergeren en verminder je uiteindelijk ook uitval en langdurig ziekteverzuim.

'Meer dan de helft van alle organisaties heeft geen bestaansrecht en verdwijnt binnen tien jaar'



Steeds meer topbestuurders scharen zich achter **Menselijke Revolutie** van Sven Rickli: een dringend appel aan leiders om hun organisatie te herdefiniëren, met de mens als uitgangspunt.

Tekst: redactie. | Foto: redactie

Rickli:
'Wie bedrijven ziet als een middel om winst te maken, overleeft niet.'

Deze onontkoombare stelling komt op een moment van oplopend verzuim, burn-outklachten bij één op de vijf medewerkers en dalende betrokkenheid. Het zijn signalen dat mensen worden gereduceerd tot middelen.

CEO's benaderen Rickli met dezelfde vraag: 'Wat moeten we doen?'

Volgens Sven Rickli, *Dwarsdenker van het Jaar*, zijn deze ontwikkelingen geen incidenten, maar tekenen van een systeem dat zijn morele basis is kwijtgeraakt. Rickli staat bekend als een van de weinigen die radicaal eerlijk durft te zijn tegen CEO's. Zijn boodschap: mensgericht leiderschap is geen idealisme, maar noodzaak. Leiders die dit negeren, ondermijnen hun eigen toekomst.

Wat verliest de samenleving als jouw organisatie morgen verdwijnt?

In *Menselijke Revolutie*, dat op 18 juni verschijnt, introduceert Rickli een noodzakelijke nieuwe manier van kijken: tegenfeitelijk denken.

Daarmee stelt hij de vraag die leiders niet langer kunnen ontwijken: wat is het bestaansrecht van jouw organisatie?

Rickli introduceert een kompas waarmee leiders hun organisatie kunnen toetsen op vier kernvragen:

- Waardigheid: draagt de organisatie wezenlijk bij aan de maatschappij?
- Dienstbaarheid: hoe eerlijk en menswaardig zijn producten en processen?
- Zorgzaamheid: hoe wordt met medewerkers omgegaan?
- Waarachtigheid: klopt het leiderschap zelf moreel?

Uiteindelijk wordt elke organisatie afgerekend op hoe ze met mensen omgaat binnen én buiten haar muren. Dat gedrag is niet randvoorwaardelijk, maar beslissend voor het voortbestaan. Tegelijkertijd laten de snelst groeiende bedrijven ter wereld zien dat het anders kan. Ze werken volgens het principe van value transaction: organisaties die mensen op meerdere levensdomeinen versterken, in ruil voor betrokkenheid en toewijding.

Menselijke Revolutie groeit uit tot een beweging

Organisaties als Zeeman, HEMA, Capgemini, Jumbo en de Efteling verbinden zich actief aan *Menselijke Revolutie*, evenals publieke denkers zoals Rutger Bregman en Paul Polman. Ze laten in het boek zien hoe ze dit



in de praktijk brengen. Met 37.000+ volgers, een groeiend netwerk van ambassadeurs en steun vanuit het bedrijfsleven groeit *Menselijke Revolutie* snel uit tot een beweging die organisaties dwingt hun rol opnieuw te definiëren. Rickli positioneert zijn boek nadrukkelijk niet als inspiratie, maar als confrontatie die uitnodigt tot debat.

Sven Rickli is organisatiepsycholoog, serial entrepreneur en grondlegger van *Menselijke Revolutie*. Hij werkte meer dan twintig jaar op het snijvlak van strategie, cultuur en leiderschap en werd verkozen tot *Dwarsdenker van het Jaar 2025*.



De ondernemer als dirigent: waarom succes zelden een soloshow is

Wanneer er over ondernemerschap wordt gesproken, gaat het vaak over visie, lef, doorzettingsvermogen en innovatie. De ondernemer wordt daarbij regelmatig neergezet als een eenzame pionier die op eigen kracht een bedrijf opbouwt. Dat beeld spreekt tot de verbeelding, maar doet weinig recht aan de werkelijkheid. Succesvol ondernemerschap lijkt namelijk minder op een solo-optreden en veel meer op het leiden van een orkest.

Tekst: redactie. | Foto: getimg

Een dirigent bespeelt zelf geen viool, trompet of piano tijdens een concert. Toch is hij essentieel voor het eindresultaat. Hij zorgt ervoor dat tientallen muzikanten samenwerken, elkaar versterken en op het juiste moment hun bijdrage leveren. Opvallend genoeg geldt hetzelfde voor veel succesvolle ondernemers.

In de beginfase van een onderneming doet de ondernemer vaak alles zelf. Verkoop, administratie, marketing, klantenservice en soms zelfs de schoonmaak. Dat is logisch, want een startende onderneming heeft meestal beperkte middelen. Maar naarmate een bedrijf groeit, verandert de rol van de ondernemer fundamenteel. Niet degene die het meeste werk verzet, maar degene die de juiste mensen weet samen te brengen, creëert uiteindelijk de grootste waarde.

Toch vinden veel ondernemers dat lastig. Ze zijn gewend om problemen zelf op te lossen en hebben hun bedrijf opgebouwd vanuit persoonlijke betrokkenheid. Loslaten voelt dan soms alsof ze de controle verliezen. In werkelijkheid gebeurt vaak het tegenovergestelde. Juist door verantwoordelijkheden te delen ontstaat ruimte om strategischer te denken en nieuwe kansen te zien.

Een goed orkest bestaat bovendien niet uit identieke muzikanten. De kracht zit juist in de verschillen. De violist blinkt uit in iets anders dan de slagwerker, en de pianist heeft weer andere kwaliteiten. Ook binnen organisaties ontstaat succes zelden doordat iedereen hetzelfde denkt of dezelfde achtergrond heeft. Teams worden sterker wanneer verschillende talenten, ervaringen en perspectieven samenkomen.

Dat vraagt van ondernemers een eigenschap die minder aandacht krijgt dan ambitie of daadkracht: luisteren. Een dirigent die uitsluitend met zijn eigen interpretatie bezig is en niet luistert naar het orkest, zal moeite hebben om een harmonieus geheel te creëren. Ondernemers die alleen hun eigen ideeën volgen, lopen hetzelfde risico.

Luisteren naar medewerkers, klanten en leveranciers levert vaak inzichten op die binnen de directiekamer nooit zouden ontstaan. Juist de mensen die dagelijks contact hebben met klanten of processen uitvoeren, signaleren vaak als eerste waar kansen of problemen liggen.

Daarnaast leert de vergelijking met een orkest nog iets anders. Een concert wordt niet beoordeeld op de prestatie van één muzikant,

maar op het geheel. Ook klanten kijken niet naar één afdeling binnen een organisatie. Zij ervaren het bedrijf als één merk. Een uitstekende verkoopafdeling kan een slechte klantenservice niet compenseren. Een innovatief product verliest zijn waarde wanneer de levering structureel tekortschiet.

De beste ondernemers begrijpen daarom dat hun belangrijkste taak niet is om overal zelf de hoofdrol te spelen. Hun rol is het creëren van de omstandigheden waarin anderen kunnen excelleren.

Misschien is dat wel de grootste paradox van ondernemerschap. Veel mensen beginnen een bedrijf vanuit een sterk gevoel van onafhankelijkheid. Maar hoe succesvoller een onderneming wordt, hoe afhankelijker zij wordt van samenwerking, vertrouwen en gedeeld talent.

De ondernemer als dirigent staat daarom niet midden op het podium om alle aandacht op te eisen. Hij staat ervoor om ervoor te zorgen dat alle onderdelen samen iets neerzetten wat geen van hen afzonderlijk had kunnen bereiken. En precies daarin schuilt vaak het verschil tussen een bedrijf dat groeit en een bedrijf dat werkelijk uitblinkt.

De **SPECIALISTEN** in de *FOODVALLEY* Regio



DEKKER
Services

- Logistiek
- Industrie
- Techniek
- Zakelijke dienstverlening

WERVING & SELECTIE

T 0318 754 811 | Marconistraat 8, 6716 AK Ede
www.dekkerservices.nl | ede@dekkerservices.nl

T 0341 413 184 | Galvanistraat 15,
3846 AT Harderwijk (1e etage)
www.dekkerservices.nl | harderwijk@dekkerservices.nl



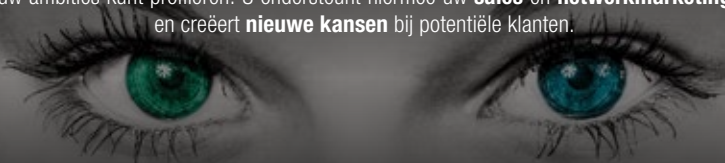
VEENENDAAL

Karten
Bowlen
Lasergame
Simracen
Glowgolf
Escape rooms

www.themaxx.nl - info@themaxx.nl - 0318-252020
Koningsschot 55, Veenendaal

Meer bekendheid & zichtbaarheid & een (nog) beter imago

Investeer daarom in uw **naamsbekendheid**, vergroot uw zichtbaarheid en versterk uw imago! Het platform van **De ZAKENMARKT** biedt u een kennisrijke omgeving waarin u uw ambities kunt profileren. U ondersteunt hiermee uw **sales** en **netwerkmarketing** en creëert **nieuwe kansen** bij potentiële klanten.



We helpen u graag bij het aanbrengen van leads en new business.

E: info@dezakenmarkt.nl I: dezakenmarkt.nl

24/7 GARANTIE OP ADEQUATE & PROFESSIONELE BEVEILIGING?



ONTDEK HET IN ONZE
SIGNAAL BEWAKING WEBSHOP

SIGNAAL BEWAKING **SCHIPPER SECURITY**

WAAROM COMMUNICEREN IN DE ZAKENMARKT?

- Geef een "boost" aan uw naamsbekendheid in de FoodValley regio!
- Laat weten dat het goed met uw onderneming gaat!
U kunt bijvoorbeeld met diepte-interviews, uw missie, visie over de Bühne brengen.
- Vergroot en ondersteun uw sales!
- Deel uw expertise aan de hand van een column of interview!
- Presenteer een nieuw product of dienst!

WAT WIJ BIEDEN....

- Een bereik van ruim 15.500 ondernemers in de 8 gemeenten van de regio.
- Een glossy ondernemersmagazine met een hoog bewaargehalte.
- Artikelen en het magazine worden tevens online gepubliceerd op dezakenmarkt.nl en in de nieuwsbrief naar 2000 mailadressen.
- Scherpe tarieven.
- Ons verspreidingsadressen bestand wordt maandelijks geactualiseerd.

We adviseren u graag!

Neem contact met ons op voor de communicatiemogelijkheden.

info@dezakenmarkt.nl



FALCON
COMPRESSOREN

- Compressoren
- Pneumatiek
- Leidingsystemen
- Persluchtgereedschap
- Persluchttechniek

AIRHOUSE.NL

24 UUR SERVICE

**MILJOENEN MENSEN
UIT OEKRAÏNE
OP DE VLUCHT**

Uw hulp is nu nodig



Doneer via unhcr.nl



Platform voor ICT & Telecom
resellers, -distributeurs en
-leveranciers in de Benelux.

**RESELLERS
BUSINESS**

✓ Nieuwssite ✓ Social Media

www.resellersbusiness.nl

  @ResellersBis

© resellersbusiness.nl is een merknaam van JEZ Media Services.



Gerard van Barneveld

Wat het kan worden

BOV gaat voor groene, veilige bedrijventerreinen

Veenendalers zijn ondernemend, creatief en ze werken graag samen. Niet zo vreemd dus dat de Bedrijvenkring Ondernemend Veenendaal (BOV) al jarenlang een begrip is onder Veense ondernemers. Wist je dat er ruim 850 bedrijven zijn aangesloten bij de actieve ondernemersvereniging? Aanhaken heeft blijkbaar voordelen.

Tekst: redactie. | Foto: redactie

‘Ja, we vormen een krachtig collectief, samen staan we sterk’, zegt parkmanager Gerard van Barneveld. ‘Aangesloten ondernemers kunnen bijvoorbeeld met korting gebruik maken van onze collectieve verzekeringen en ze profiteren van de gratis Cyber Monitor. Daarmee wordt 24/7 in de gaten gehouden hoe het zit met de digitale weerbaarheid van jouw onderneming. Je moet er niet aan denken dat een hacker toegang krijgt tot jouw informatie, toch?’

Opgeruimd staat netjes

Veiligheid is dus een belangrijk thema voor de BOV. Niet alleen online, maar ook ‘in real life’. ‘Klopt’, zegt Van Barneveld. ‘Een ongeluk zit in een klein hoekje. Pallets die al maandenlang tegen een pand opgestapeld liggen, een kapot bedrijfsbusje dat hoognodig moet worden weggesleept... Troep en afval rond bedrijven komt de brandveiligheid niet ten goede, dat begrijp je wel. We pakken dat aan, onder meer door een drone in te zetten. Die drone speurt vanuit de lucht de bedrijventerreinen af en is samen met slimme camera’s een geweldige aanvulling op de collectieve beveiliging, door gevaren zoals brand of inbraken te signaleren.’

Groen in plaats van asfalt

De bedrijventerreinen worden dus steeds veiliger. ‘Ja, én groener!’, vervolgt Gerard. ‘Samen met twee Veense groenondernemers,

de Ginkel Groep en Van Dijk Groen, maken we de bedrijventerreinen groener en aantrekkelijker voor al die duizenden mensen die hier werken. Bomen zorgen voor schaduw op warme werkdagen en wandelpaden maken van elke lunchpauze een moment om op te laden. Saaie grasveldjes vervangen we door inheemse planten en bloemen, goed voor de biodiversiteit. Want een prettige werkomgeving helpt om je fit en vitaal te voelen.’

Parkmanager met plezier

Parkmanager Gerard doet zijn werk met plezier. ‘Ik vind het ontzettend leuk om met ondernemers op te trekken. Ze zijn gedreven, ze hebben passie voor wat ze doen. Ik zorg er graag voor dat in het belang van ondernemers zaken worden opgepakt en gerealiseerd. Als BOV organiseren we interessante lezingen en bedrijfsbezoeken voor onze leden. We organiseren jaarlijks de Jongeren Bedrijven Dag en het Business Event. Eens per jaar reiken we de Zilveren Haring uit. Alles om ondernemers in het zonnetje te zetten en met elkaar te verbinden. Ben je ondernemer en lijkt lidmaatschap van de BOV jou ook wel iets? Neem contact met me op, ik kom graag een keer bij je op de koffie.’

www.BOVeenendaal.nl
parkmanager@BOVeenendaal.nl
 06 51 27 57 05



Financieel gezond ondernemen in 2026: vijf adviezen voor een onrustige markt

De economische vooruitzichten voor 2026 zijn gemengd. Ondernemers hebben te maken met stijgende kosten, geopolitieke onzekerheid en een renteomgeving die opnieuw in beweging is. In de eurozone loopt de inflatie weer op en verwachten financiële markten dat de Europese Centrale Bank de rente mogelijk verder zal verhogen om prijsstijgingen af te remmen.

Tekst: redactie. | Foto: redactie

Voor ondernemers betekent dit dat financieel management belangrijker is dan ooit. Niet door in paniek te raken, maar door bewust keuzes te maken. Vijf aandachtspunten kunnen daarbij helpen.

1. Houd uw liquiditeit scherp in de gaten

In economisch onzekere tijden is cash vaak belangrijker dan winst op papier. Een onderneming kan winstgevend zijn en toch in de problemen komen wanneer facturen te laat worden betaald of voorraden te veel kapitaal vastleggen.

Maak daarom maandelijks een liquiditeitsprognose voor de komende zes tot twaalf maanden. Kijk niet alleen naar de omzetverwachting, maar vooral naar het moment waarop geld daadwerkelijk binnenkomt en uitgaat. Bedrijven die hun cashflow goed beheersen, hebben meer ruimte om kansen te benutten wanneer concurrenten moeten afremmen.

2. Herzie uw financieringen

De periode van extreem lage rente ligt inmiddels achter ons. De ECB houdt de rente op een hoger niveau dan ondernemers de afgelopen jaren gewend waren en de markt rekent zelfs op verdere renteverhogingen.

Voor bedrijven met variabele financieringen is dit een goed moment om de financieringsstructuur opnieuw te bekijken. Zijn er leningen die kunnen worden geherfinancierd? Is een deel van de rente vast te zetten? En welke invloed hebben hogere rentelasten op toekomstige investeringen?

Een gesprek met de huisbankier of financieel adviseur kan verrassende inzichten opleveren.

3. Investeer alleen wanneer de businesscase klopt

Veel ondernemers stellen investeringen uit zodra de economie onzeker wordt. Dat is begrijpelijk, maar niet altijd verstandig. Juist in periodes van terughoudendheid kunnen kansen ontstaan.

De vraag moet niet zijn of u investeert, maar waarom. Investeren die leiden tot hogere productiviteit, lagere kosten of een betere klantbeleving blijven vaak aantrekkelijk, ook in een minder gunstig economisch klimaat.

daarbij onderscheid tussen investeringen die noodzakelijk zijn voor groei en investeringen die vooral "mooi om te hebben" zijn.

4. Vergeet prijsbeleid niet

Veel bedrijven besteden veel aandacht aan kostenbeheersing, maar te weinig aan hun prijsstrategie. Terwijl inflatie en stijgende kosten een direct effect hebben op de marges, durven ondernemers prijsverhogingen vaak uit te stellen uit angst klanten te verliezen.

Toch blijkt in de praktijk dat klanten een redelijke prijsverhoging vaak accepteren wanneer deze goed wordt uitgelegd en gekoppeld is aan kwaliteit of service. Regelmatig kleine aanpassingen zijn doorgaans beter dan eens per drie jaar een grote verhoging.

5. Bouw aan financiële weerbaarheid

De afgelopen jaren hebben laten zien hoe snel omstandigheden kunnen veranderen. Pandemieën, energiecrises, geopolitieke spanningen en verstoringen van internationale handelsstromen hebben allemaal invloed gehad op het bedrijfsleven.

Daarom wordt financiële weerbaarheid steeds belangrijker. Zorg voor voldoende reserves, voorkom een te grote afhankelijkheid van één klant of leverancier en behoud ruimte binnen kredietfaciliteiten.

Bedrijven die financieel flexibel zijn, kunnen sneller inspelen op veranderingen en profiteren van kansen die zich onverwacht voordoen.

Vooruitkijken loont

Hoewel de economische situatie in Europa momenteel wordt gekenmerkt door oplopende inflatie, hogere energiekosten en onzekerheid over het rentebeleid, blijft ondernemerschap uiteindelijk vooruitkijken. Inflatie in de eurozone steeg in mei naar 3,2 procent en de ECB benadrukt dat zij ontwikkelingen nauwlettend blijft volgen.

Voor ondernemers ligt de sleutel daarom niet in voorspellen wat de economie precies gaat doen, maar in het bouwen van een financieel gezonde organisatie die verschillende scenario's aankan. Wie zijn cijfers kent, zijn liquiditeit bewaakt en weloverwogen investeert, vergroot de kans om niet alleen moeilijke tijden te doorstaan, maar er uiteindelijk sterker uit te komen.



'Bedrijven moeten cloudproviders kiezen op basis van datarisico's'

De opkomst van soevereine Nederlandse en Europese cloudinitiatieven past bij de groeiende behoefte van organisaties om kritischer te kijken naar dataopslag. Dat is een goede ontwikkeling. De afhankelijkheid van Amerikaanse technologie is in veel sectoren te groot geworden. De vraag is niet óf organisaties hun cloudstrategie moeten heroverwegen, maar hoe. Daarbij moet het debat niet gaan over Amerikaanse aanbieders versus Europese, maar om risicomanagement. En dit risicomanagement hangt af van het type data.

Tekst: redactie. | Foto: redactie

Baseer risicomanagement op inhoud data

Steeds vaker klinkt de vraag: kies je voor Amerikaanse cloudaanbieders zoals Microsoft en Google, of voor een Nederlands of Europees alternatief? Dat lijkt een principekwestie, en deels is het dat ook, maar de kern moet liggen bij risicomanagement: wat is het risico als deze data in verkeerde handen vallen?

Een salarissysteem met persoonsgegevens vraagt om een andere afweging dan een marketingdatabase. Een ziekenhuis met patiëntendossiers kent andere risico's dan een retailer met verkooprapportages. En een gemeente die een burgerportaal beheert, heeft andere belangen dan een logistiek bedrijf met internationale ketens.

Drie niveaus van risicomanagement

Grofweg kunnen organisaties kiezen uit drie vormen van cloudinitiatieven die het risi-

comanagement beïnvloeden. Grote Amerikaanse aanbieders zoals Microsoft en Google zijn vaak de meest pragmatische keuze dankzij hun schaal, beveiligingsinvesteringen en innovatietempo. Op het gebied van security lopen zij vaak voor.

Voor organisaties die meer Europese controle willen, zijn er initiatieven zoals de Open Cloud Alliantie, een samenwerkingsverband van Nederlandse aanbieders waaronder KPN, Centric en Uniserver. Ook partijen als OVH-cloud vallen in deze categorie. Hier is sprake van Europees eigendom en Europese dataopslag, maar zonder volledige onafhankelijkheid van Amerikaanse wetgeving.

Voor de meest gevoelige toepassingen ontstaan daarnaast omgevingen die volledig losstaan van Amerikaanse contractuele afhankelijkheden. Zoals de soevereine cloud die KPN met het Duitse Schwarz Digits ontwikkelt of de Belgische Critical Cloud.

Als bedrijven in Amerika gevestigd zijn of in Nederland opereren, maar onder het Amerikaanse recht vallen, bijvoorbeeld een Amerikaanse aanbieder met servers in Europa, is het juridische risico reëel. De impact daarvan verschilt per systeem en per dataset.

Cloudsovereiniteit is geen keuze tussen kampen

Wanneer organisaties cloudsovereiniteit blijven benaderen als een keuze tussen kampen, dreigt sentiment de discussie te domineren. Digitale weerbaarheid begint niet bij de leverancierskeuze, maar bij een scherpe afweging van data, regelgeving en risico. Kies dus niet vanuit een land, maar vanuit een kader. Daaruit kan de beslissing volgen dat Amerikaanse cloudbedrijven niet wenselijk zijn voor de data die opgeslagen moeten worden.

Groei kost geld – waarom werkkapitaal belangrijker wordt dan ooit

Financieringen



Tom Baerends en Gerard Oostermeijer

Veel ondernemingen groeien in omzet, maar ervaren tegelijkertijd meer druk op hun liquiditeit. Dat klinkt tegenstrijdig, maar is precies wat wij in 2026 steeds vaker terugzien in de praktijk. Niet een gebrek aan opdrachten vormt de uitdaging, maar de snelheid waarmee groei beslag legt op geld binnen de onderneming.

Winst is niet hetzelfde als liquiditeit

In vrijwel iedere sector zien we dezelfde beweging. Ondernemers investeren in personeel, voorraad, automatisering en uitbreiding van activiteiten. Tegelijkertijd lopen debiteurentermijnen op, stijgen operationele kosten en vragen leveranciers vaker om snellere betaling. Hierdoor ontstaat druk op het werkkapitaal, zelfs bij ondernemingen die winstgevend draaien.

Vooraf snelgroeiende ondernemingen lopen daardoor tegen liquiditeitsvraagstukken aan. Niet omdat het ondernemerschap tekortschiet, maar omdat groei sneller gaat dan de kasstroom kan volgen.

Financiers kijken scherper naar cashflow

De financieringsmarkt kijkt daarom steeds nadrukkelijker naar cashflow en werkkapitaalbeheer. Waar vroeger vooral werd gekeken

naar historische cijfers en zekerheden, draait het tegenwoordig veel meer om de vraag hoe geld daadwerkelijk door de onderneming beweegt.

Financiers willen inzicht in betaaltermijnen, marges, voorraadontwikkeling en de mate waarin een onderneming toekomstige groei financieel kan dragen. Ondernemers die hun cijfers én liquiditeitsontwikkeling goed beheersen, creëren daarmee aantoonbaar meer vertrouwen richting financiers.

Meer aandacht voor flexibele oplossingen

Tegelijkertijd verschuift ook de financieringsmarkt. Naast traditionele bancaire leningen groeit de aandacht voor flexibele oplossingen zoals rekening-courantfaciliteiten, factoring, leaseconstructies en andere vormen van werkkapitaalfinanciering. Niet iedere onderneming heeft behoefte aan extra langlopende schulden; vaak draait het juist om flexibiliteit en financiële ruimte tijdens groeifases.

Tot slot

Groei blijft een belangrijke motor voor ondernemerschap, maar gezonde groei vraagt om meer dan alleen omzetontwikkeling. Ondernemers die tijdig inzicht hebben in liquiditeit, werkkapitaal en financieringsstructuur, bouwen aan een onderneming die niet alleen harder groeit, maar vooral financieel sterker wordt.

Bij Financieringsgilde Ede – Veenendaal helpen wij ondernemers om die financiële vertaalslag te maken. Niet alleen door financieringen te realiseren, maar vooral door mee te denken over een gezonde basis voor duurzame groei.

Financieringsgilde Ede – Veenendaal

Frankeneng 17G in Ede (6716 AA)

Tom Baerends en Gerard Oostermeijer

085-4829349

ede-veenendaal@financieringsgilde.nl

FINANCIERINGSgilde

Wist u dat... een simpele fout miljoenen kan kosten?

Tekst: redactie.

In de zakenwereld denken we bij grote bedrijfsproblemen vaak aan economische crises, stijgende kosten of felle concurrentie. Toch zijn sommige van de duurste fouten ooit veroorzaakt door iets veel eenvoudigers: een typerfout.

Een van de bekendste voorbeelden vond plaats in 2005 bij de Japanse effectenbeurs. Een handelaar wilde één aandeel verkopen voor 610.000 yen, maar draaide per ongeluk de cijfers om en plaatste een order voor 610.000 aandelen tegen één yen per stuk. Ondanks pogingen om de fout terug te

draaien, kon de order niet volledig worden geannuleerd. Het incident kostte uiteindelijk honderden miljoenen euro's.

Ook buiten de financiële wereld kunnen kleine vergissingen grote gevolgen hebben. Een verkeerd cijfer in een offerte, een foutief e-mailadres in een belangrijke mail of een verkeerd geplaatste komma in een contract kan leiden tot misverstanden, vertragingen en soms zelfs juridische procedures.

Het verhaal laat zien hoe belangrijk controleprocessen zijn. Succesvolle organisaties

investeren niet alleen in strategie en innovatie, maar ook in procedures die menselijke fouten helpen voorkomen. Denk aan het vier-ogenprincipe, automatische controlesystemen en duidelijke werkprocessen.

De les? Grote zakelijke successen ontstaan vaak door slimme beslissingen, maar grote verliezen beginnen soms met één verkeerd ingedrukte toets. Juist daarom blijft aandacht voor detail een van de meest onderschatte succesfactoren in ondernemerschap.



Het juiste boekhoudsysteem kiezen: een beslissing die verder gaat dan cijfers

Voor veel ondernemers is het boekhoudsysteem iets waar pas aandacht aan wordt besteed wanneer de administratie niet meer soepel verloopt. Toch is de keuze voor een boekhoudpakket veel belangrijker dan vaak wordt gedacht. Een goed systeem bespaart niet alleen tijd en geld, maar levert ook waardevolle inzichten op waarmee betere zakelijke beslissingen kunnen worden genomen. De vraag is dus niet óf een ondernemer een goed boekhoudsysteem nodig heeft, maar hoe hij het juiste systeem selecteert.

Tekst: redactie. | Foto: redactie

Een veelgemaakte fout is dat ondernemers uitsluitend kijken naar de aanschafprijs. Natuurlijk zijn de kosten belangrijk, maar een goedkoop systeem dat onvoldoende functionaliteit biedt, kan uiteindelijk duurder uitpakken dan een iets kostbaarder pakket dat processen automatiseert. Denk bijvoorbeeld aan het automatisch verwerken van banktransacties, het herkennen van facturen of het genereren van btw-aangiften.

Wat vandaag een kleine investering lijkt, kan morgen vele uren handmatig werk besparen. Een tweede aandachtspunt is schaalbaarheid. Een ondernemer die vandaag vijf facturen per maand verstuurt, heeft wellicht voldoende aan een eenvoudig pakket. Maar hoe ziet het bedrijf er over drie of vijf jaar uit? Het is verstandig om een systeem te kiezen dat kan meegroeien met de organisatie. Denk aan mogelijkheden voor meerdere gebruikers, uitgebreide rapportages, projectadministratie of koppelingen met andere software.

Juist die koppelingen worden steeds belangrijker. Moderne ondernemingen werken vaak met CRM-systemen, webshops, urenregistratie, kassasystemen of salarissoftware. Een boekhoudpakket dat eenvoudig kan integreren met deze toepassingen voorkomt dubbel

werk en verkleint de kans op fouten. Bij de selectie is het daarom verstandig om niet alleen naar de huidige situatie te kijken, maar ook naar de software die mogelijk in de toekomst wordt gebruikt.

Gebruiksgemak speelt eveneens een grote rol. Een systeem kan nog zoveel mogelijkheden bieden, maar wanneer medewerkers het ingewikkeld vinden, wordt het potentieel nooit volledig benut. Vraag daarom altijd om een demonstratie of proefperiode. Laat niet alleen de financieel verantwoordelijke meekijken, maar ook de medewerkers die er dagelijks mee moeten werken. Hun ervaringen geven vaak een verrassend eerlijk beeld van de praktijk.

Daarnaast verdient de kwaliteit van de rapportages aandacht. Goede boekhoudsoftware biedt meer dan alleen een overzicht van inkomsten en uitgaven. Ondernemers willen inzicht in marges, liquiditeit, openstaande posten en toekomstige kasstromen. Hoe sneller deze informatie beschikbaar is, hoe beter beslissingen kunnen worden genomen.

Ook de veiligheid van gegevens mag niet worden onderschat. Financiële data behoren tot de meest gevoelige bedrijfsinformatie.

Controleer daarom waar gegevens worden opgeslagen, welke beveiligingsmaatregelen worden toegepast en hoe back-ups zijn geregeld. Zeker bij cloudoplossingen is het verstandig om hier expliciet naar te informeren.

Tot slot is het raadzaam om de accountant of boekhouder bij de keuze te betrekken. Zij werken dagelijks met verschillende systemen en weten vaak precies welke pakketten gebruiksvriendelijk zijn, welke koppelingen goed functioneren en waar in de praktijk problemen ontstaan.

De keuze voor een boekhoudsysteem is daarmee veel meer dan een administratieve beslissing. Het is een investering in efficiëntie, inzicht en groei. Ondernemers die verder kijken dan de maandelijkse abonnementsprijs en kiezen voor een toekomstbestendige oplossing, leggen een stevige basis voor een gezonde bedrijfsvoering. Uiteindelijk is een goed boekhoudsysteem niet alleen een hulpmiddel voor de administratie, maar een instrument dat de onderneming helpt vooruit te kijken.

Modern crossmediaal platform voor ondernemers en bestuurders

Gerichte B2B communicatie - In print en online!

De ZAKENMARKT is een onafhankelijk, trendsignalerend en crossmediaal platform met een glossy businessmagazine en met online diverse communicatiemogelijkheden.

Onze ambitie is om de regionale economie te versterken door brede netwerkvorming te stimuleren en kennis te delen. Een positieve bijdrage te leveren aan de beeldvorming van de regio als innovatief, aantrekkelijk en toekomstbestendig. Wij verbinden Overheid, Kennisinstellingen en Ondernemers met elkaar. Dit doen wij met een magazine, in print en online. Richt u zich op ondernemers? Dan is dit zakenmagazine uw middel bij uitstek om in te communiceren. Of u nu starter bent, of al jaren onderneemt. De ZakenMarkt is hét glossy ondernemersmagazine waarmee u ondernemend Nederland bereikt. Breng uw bedrijf, dienst of zakelijk evenement direct onder de aandacht bij uw doelgroep. Vergroot uw naamsbekendheid en geef een "boost" aan uw sales!

"Vergroot uw naamsbekendheid en geef een "boost" aan uw sales!"

Printmedia of online marketing?

Wie online marketing inzet, heeft het voordeel dat de reclame doelgericht bij de juiste doelgroep kan worden geplaatst. Zo kan een advertentie bijvoorbeeld alleen worden getoond aan gebruikers die via een zoekmachine naar een bepaalde dienst of product hebben gezocht. Dit zorgt voor gebruiksgemak en maakt ook het optimaliseren van de marketingstrategie makkelijker. Zo kan de online reclame hierdoor nog efficiënter worden ontworpen. Een ander voordeel is dat deze vorm van marketing vaak voorde-

"Print en online versterken elkaar"

liger is. Dit maakt het mogelijk dat ook personen met een klein reclamebudget hun bedrijf onder de aandacht kunnen brengen.

Online reclame heeft echter een minder lange levensduur dan drukwerk. Vaak wordt het binnen enkele seconden weg geklikt. Bovendien kan online reclame met speciale tools eenvoudig worden geblokkeerd. In dat geval komt de boodschap wellicht nooit aan bij de potentiële klant. Lezers van print zijn

beter gefocust en besteden meer aandacht aan wat ze zien en in handen hebben.

Het mooie is: **print en online versterken elkaar**; het is dan ook echt een en - en verhaal. Als je op een goede manier de verbinding legt tussen de twee, is succes verzekerd!

Bekendheid & zichtbaarheid & imago

Investeer daarom in uw naamsbekendheid, vergroot uw zichtbaarheid en versterk uw imago!. Ons Platform biedt u een kennisrijke omgeving waarin u uw ambities kunt profileren. U ondersteunt hiermee uw sales en netwerkmarketing en creëert nieuwe kansen bij potentiële klanten. We helpen u graag bij het aanbrengen van leads en new business.

Wij bereiken de Directies en Managers van:

Aannemers,
Automatiseringsbedrijven,
Accountantskantoren,
Adviesbureaus, Advocaten,
Architect bureaus, Bank- en
verzekeringswezen, Arbeidsbureaus,
Bibliotheken, B&W, Conferentie- en
Congresoorden, Economische
adviesbureaus, Elektrotechnische
bedrijven, Gerechtsdeurwaarders,
Grafische Industrie, Grond-, weg- en
waterbouw, Horeca- en hotel-
bedrijven, Ingenieursbureaus,
Instellingen, Kamer van
Koophandel,

Loodgietersbedrijven,
Machinefabrieken,
Makelaarskantoren,
Metaal Industrie, Musea,
Notariskantoren, Reclame-
advies bureaus, Scheepsbouw-
en reparatiebedrijven,
Schildersbedrij-ven,
Schoonmaakbedrijven, Schouwburg
en Theaters, Telecommunicatie,
Timmerfabrieken, Transport,
Universiteiten en Hogescholen,
Water- en zuiveringsschappen,
Woningbouwverenigingen en
Ziekenhuizen.

Vertrouwd en succesvol zakendoen begint bij De ZAKENMARKT!



Digi-Teams lanceert eerste AI-uitzendbureau van Nederland

Nederlandse bedrijven huren voortaan een digitale collega in plaats van een vacature open te zetten

Digi-Teams, onderdeel van UNIT2.ai, introduceert vandaag het eerste Nederlandse AI-uitzendbureau. Bedrijven huren geen software, maar een autonome digitale medewerker: volledig ingewerkt, 24/7 actief en maandelijks opzegbaar. De lancering speelt direct in op het aanhoudende personeelstekort waarmee 30 procent van de Nederlandse bedrijven kampt.

Tekst: redactie. | Foto: redactie

Van openstaande vacature naar werkende digitale collega

Waar traditionele software menselijke aansturing blijft eisen, functioneren de digitale medewerkers van Digi-Teams als volwaardige collega's. Ze worden ingewerkt op bestaande processen, nemen zelfstandig vervolgcacties en leren continu van correcties via een gesloten feedbacklus. Hoe langer een digitale collega actief is, hoe nauwkeuriger en waardevoller hij wordt.

Direct inzetbare profielen zijn beschikbaar voor logistiek, industrie, advocatuur en finance, waaronder een Digitale Financieel Administratief Medewerker, AI-Planner, Digitale Contract-beheerder, AI-Logistiek Coördinator en AI-Onderhoudsmanager. Al het repetitieve werk dat uw team vertraagt? Dat doen wij.

“Een liftonderhoudsbedrijf gebruikt nu software die een alarm geeft bij een storing, waarna een mens in actie moet komen. Onze AI-Onderhoudsmanager analyseert de situatie zelfstandig, plant een monteur in, bestelt de onderdelen en informeert alle partijen – zonder tussenkomst. Elke werkorder maakt het systeem daarna slimmer.”

— Sailor Kraft, medeoprichter Digi-Teams en UNIT2.ai

Veilig, Europees en conform de EU AI Act

Alle digitale medewerkers van Digi-Teams worden ingezet conform de EU AI Act, met heldere audittrails, menselijke controlemechanismen en transparante besluitvorming. Data blijft binnen Europese infrastructuur.

Voor meer informatie over digitale medewerkers, bezoek de AI-Vacature Intake op www.digiteams.nl.

Digi-Teams is het eerste Nederlandse AI-uitzendbureau voor digitale medewerkers. Het bedrijf levert 31 autonome AI-collega's in 10 afdelingen – van finance tot offshore – die operationele processen ondersteunen, uitvoeren en optimaliseren op uitzendbasis, schaalbaar en EU AI Act-conform. Digi-Teams is onderdeel van UNIT2.ai. Meer informatie: www.digiteams.nl

DIGI-TEAMS



Grootse
plannen
maken.
Wij geven
je cijfers.

ACCOUNTANTS & ADVISEURS
VEENENDAAL | 0318 55 95 00
VANHARBERDEN.NL



MUSEUM VliegBasis DEELEN



VANAF SEPTEMBER
Extra
Market Garden
Tentoonstelling

ZAT-ZON 11:00 - 17:00
WWW.MUSEUMDEELEN.NL



SCHUITEMAN
ACCOUNTANTS & ADVISEURS

De kracht van vooruitzien

Jouw ambities, onze expertise.

Financiële helderheid en strategisch inzicht
om jouw toekomst vorm te geven.

SCHUITEMAN.COM



verder kijken,
verder gaan!



Slim omgaan met belastingen: fiscale kansen die ondernemers vaak laten liggen

Belastingen betalen hoort bij ondernemen. Toch betekent dat niet dat ondernemers meer belasting moeten betalen dan nodig is. De fiscale wetgeving bevat tal van regelingen die juist bedoeld zijn om ondernemerschap, investeringen en innovatie te stimuleren. Opvallend genoeg worden veel van deze mogelijkheden slechts gedeeltelijk benut. Wie zijn fiscale positie actief beheert, kan jaarlijks duizenden euro's besparen zonder ook maar één regel te overtreden.

Tekst: redactie. | Foto: getimg

Een van de meest onderschatte instrumenten is het slim plannen van investeringen. Ondernemers die bedrijfsmiddelen aanschaffen, kunnen vaak gebruikmaken van investeringsaftrekregelingen. Door investeringen zorgvuldig over meerdere jaren te spreiden of juist te bundelen, kan het fiscale voordeel aanzienlijk worden vergroot. Het loont daarom om niet alleen naar de economische noodzaak van een investering te kijken, maar ook naar het fiscale moment waarop deze wordt gedaan.

Ook de timing van inkomsten en uitgaven kan een verschil maken. Ondernemers hebben vaak enige invloed op het moment waarop facturen worden verstuurd of kosten worden gemaakt. Wanneer een boekjaar uitzonderlijk winstgevend is, kan het aantrekkelijk zijn om bepaalde noodzakelijke uitgaven nog vóór het einde van het jaar te doen. Daarmee wordt de belastbare winst verlaagd en verschuift een deel van de belastingdruk naar de toekomst.

Voor directeur-grotaandeelhouders biedt ook de verhouding tussen salaris en dividend interessante mogelijkheden. Winst uit een BV kan immers op verschillende manieren naar privé worden overgebracht. Afhankelijk van de persoonlijke situatie kan het fiscaal voordeliger zijn om een deel van de winst in de onderneming te laten zitten, dividend uit te keren of juist het salaris aan te passen.

Omdat belastingtarieven regelmatig veranderen, is het verstandig deze afweging jaarlijks opnieuw te maken.

Een andere kans ligt in pensioen- en vermogensopbouw. Veel ondernemers richten zich volledig op de groei van hun bedrijf en vergeten dat fiscaal gefaciliteerde pensioenopbouw aanzienlijke voordelen kan bieden. Geld dat binnen bepaalde kaders voor de oude dag wordt gereserveerd, kan vaak fiscaal gunstig worden behandeld, waardoor zowel de belastingdruk als de vermogensopbouw wordt geoptimaliseerd.

Ondernemers met een eigen bedrijfspand doen er daarnaast goed aan de fiscale structuur rondom vastgoed regelmatig te laten beoordelen. In sommige situaties kan het aantrekkelijk zijn om vastgoed privé aan te houden, terwijl in andere gevallen juist onderbrengen in een aparte vennootschap voordelen biedt. Daarbij spelen niet alleen de huidige belastingen een rol, maar ook toekomstige verkoop, bedrijfsopvolging en erfbelasting.

Innovatieve bedrijven laten eveneens regelmatig geld liggen. Voor ondernemingen die investeren in productontwikkeling, softwareontwikkeling of technische vernieuwing bestaan diverse stimuleringsregelingen. Veel ondernemers denken ten onrechte dat der-

gelijke voordelen uitsluitend beschikbaar zijn voor grote technologiebedrijven. In werkelijkheid kunnen ook kleinere ondernemingen hiervoor in aanmerking komen.

Een aandachtspunt dat steeds belangrijker wordt, is bedrijfsopvolging. Ondernemers die verwachten hun onderneming ooit te verkopen of over te dragen aan familie, doen er verstandig aan hier jaren van tevoren over na te denken. De fiscale gevolgen van een overdracht kunnen groot zijn, maar door tijdig te plannen zijn er vaak mogelijkheden om de belastingdruk aanzienlijk te beperken.

Tot slot geldt misschien wel de belangrijkste fiscale tip van allemaal: wacht niet tot de accountant de jaarrekening opstelt. Tegen die tijd ligt het grootste deel van de fiscale mogelijkheden al vast. De grootste voordelen ontstaan juist door gedurende het jaar vooruit te plannen. Fiscaliteit is daarom geen activiteit voor achteraf, maar een strategisch instrument dat ondernemers helpt om meer rendement uit hun onderneming te halen.

Wie de fiscale spelregels begrijpt en tijdig handelt, ontdekt dat belastingwetgeving niet alleen verplichtingen bevat, maar ook kansen. En juist die kansen kunnen een wezenlijk verschil maken voor de winstgevendheid van een onderneming.



Negatieve publiciteit: van reputatierisico naar kans om vertrouwen te versterken

Geen enkele onderneming ontkomt er vroeg of laat aan: negatieve publiciteit. Een ontevreden klant die zijn verhaal deelt op sociale media, een kritisch artikel in de lokale of landelijke pers, of een incident dat onverwacht veel aandacht krijgt. Waar negatieve berichtgeving vroeger vaak beperkt bleef tot een krant of een televisie-uitzending, kan tegenwoordig één bericht op sociale media binnen enkele uren duizenden mensen bereiken. Juist daarom is de manier waarop een organisatie reageert belangrijker dan ooit.

Tekst: redactie. | Foto: getimg

De eerste en misschien wel grootste fout die bedrijven maken, is te laat reageren. In een tijd waarin nieuws zich razendsnel verspreidt, ontstaat er al snel een vacuüm wanneer een organisatie stil blijft. Mensen gaan zelf invullen wat er mogelijk aan de hand is, waardoor speculaties en geruchten de overhand kunnen krijgen. Dat betekent niet dat een bedrijf direct een volledig antwoord moet hebben, maar wel dat het laat weten de situatie serieus te nemen en ermee bezig te zijn.

Daarnaast is transparantie essentieel. Consumenten, klanten en zakelijke relaties accepteren dat er fouten gemaakt worden. Wat zij veel moeilijker accepteren, is het gevoel dat informatie wordt achtergehouden of verdraaid. Wanneer een organisatie een fout heeft gemaakt, is het vaak verstandig dit eerlijk toe te geven en tegelijkertijd duidelijk te maken welke maatregelen worden genomen om herhaling te voorkomen. Een oprechte uitleg werkt doorgaans beter dan een juridisch dichtgetimmerde verklaring die weinig empathie toont.

Sociale media vormen daarbij een bijzondere uitdaging. Negatieve reacties kunnen zich

snel opstapelen en emoties lopen vaak hoog op. Toch is het meestal onverstandig om kritiek simpelweg te verwijderen, tenzij er sprake is van beledigingen, discriminatie of bedreigingen. Door op een respectvolle manier in gesprek te gaan, laat een organisatie zien dat zij bereid is te luisteren. Bovendien zien niet alleen de klagers deze reacties, maar ook potentiële klanten die meekijken. De manier waarop een bedrijf reageert, zegt vaak meer over de organisatie dan de oorspronkelijke klacht zelf.

Vorbereiding is een andere belangrijke succesfactor. Veel bedrijven beschikken over noodplannen voor IT-storingen, brand of andere calamiteiten, maar hebben geen communicatiestrategie voor reputatieproblemen. Toch kan een communicatiecrisis minstens zoveel schade veroorzaken. Het is daarom verstandig om vooraf vast te leggen wie namens het bedrijf spreekt, welke procedures worden gevolgd en hoe verschillende scenario's worden aangepakt. Een goede voorbereiding voorkomt paniek op het moment dat de druk het hoogst is.

Ook intern speelt communicatie een belangrijke rol. Medewerkers horen vaak via nieuws-

media of sociale kanalen wat er speelt. Wanneer zij geen informatie krijgen van hun werkgever, ontstaat onzekerheid. Informeer medewerkers daarom snel en duidelijk. Zij zijn immers belangrijke ambassadeurs van de organisatie en kunnen bijdragen aan een consistente boodschap.

Opvallend genoeg kan negatieve publiciteit soms zelfs een positief effect hebben. Bedrijven die open communiceren, verantwoordelijkheid nemen en zichtbaar werken aan oplossingen, versterken regelmatig het vertrouwen van klanten en relaties. Mensen beoordelen organisaties namelijk niet alleen op fouten, maar vooral op de manier waarop zij daarmee omgaan.

Negatieve publiciteit is daarom niet uitsluitend een bedreiging. Het is een test van leiderschap, communicatie en geloofwaardigheid. Organisaties die transparant, snel en professioneel handelen, kunnen een reputatiecrisis ombuigen tot een kans om hun betrouwbaarheid te bewijzen. In een tijd waarin vertrouwen een van de belangrijkste bedrijfsmiddelen is, maakt dat vaak het verschil tussen blijvende schade en een sterker imago dan voorheen.



'Opvolging familiebedrijf strandt zelden op geld, vaak op emotie'

Bijna 70 procent van de Nederlandse ondernemers wil binnen tien jaar stoppen, blijkt uit recent onderzoek van ABN AMRO. Opvolgers zijn echter schaars. Vooral in de landbouw en horeca staan familiebedrijven daardoor zwaar onder druk. Veel ondernemers beginnen te laat met de voorbereiding, en de grootste drempel is opvallend genoeg niet financieel of fiscaal, maar emotioneel.

Tekst: redactie. | Foto: getimg

De sterke loyaliteit is de kracht van een familiebedrijf, maar bij een overdracht ook de grootste valkuil. De zaak is vaak iemands hele identiteit geworden, wat loslaten ingewikkeld maakt. Ruim een derde van de ondernemers heeft grote moeite met het overdragen van de controle. In de landbouw, waar de binding nog sterker is, loopt dat zelfs op naar 50 procent. Deze menselijke kant wordt in de praktijk te vaak over het hoofd gezien.

Ouder of kind

Het overdragen van controle is extra ingewikkeld omdat zakelijke en persoonlijke rollen elkaar overlappen. Bij een normale verkoop praten twee externe partijen met elkaar. In een familiebedrijf is je compagnon vaak ook je ouder of je kind. Als de rollen en taken dan niet vooraf duidelijk zijn, gaan zaken en privé direct door elkaar lopen.

Spanningen over de koers of de waarde van het bedrijf liggen dan 's avonds bij het avondeten op tafel. Om de lieve vrede te bewaren, stellen veel ondernemers de moeilijke gesprekken jarenlang uit. Hierdoor blijft de voorbereiding liggen en loopt de opvolging uiteindelijk vast.

Zaken en emotie scheiden

Ondernemers die willen voorkomen dat hun overdracht stukloopt, doen er goed aan zaken en emotie vanaf het begin te scheiden. Dat lukt alleen door vooraf duidelijke afspraken te maken. Het werkt om de overdracht en het eigendom op tijd vast te leggen, zodat iedereen weet waar hij aan toe is. Daarbij helpt het om de jonge generatie vroeg te betrekken. Zo voorkom je dat een zakelijk verschil van mening invloed heeft op de familiesfeer. Rust in het bedrijf begint nu eenmaal met duidelijkheid aan de keukentafel.



KARTO VIEW



**More
than 300
cities all
over
Europe.**



**ORDER YOUR
TOURIST MAP
ONLINE AT**

KARTOVIEW.COM

Van volledige onafhankelijkheid tot innovatierem: 5 misvattingen over AI-soevereiniteit

Bedrijven leunen meer op AI-processen om hun bedrijfsvoering te verbeteren, waardoor technologie dieper raakt verweven met kernprocessen. Dat biedt natuurlijk kansen, maar vergroot ook de afhankelijkheden: wat als een belangrijke bouwsteen, zoals een model, API of datastroom, wegvalt of ineens niet meer beschikbaar is? Om die risico's te beperken en meer regie te houden, zetten organisaties steeds vaker in op AI-soevereiniteit.

Tekst: redactie. | Foto: getimg

In de basis een logische stap voor iedere organisatie, maar de mate waarin AI-soevereiniteit van belang is, is afhankelijk van de situatie. Sebastian Wehkamp, Principal AI Engineer bij ML6 deelt vijf misvattingen:

- **AI-soevereiniteit draait om volledige onafhankelijkheid**

AI-soevereiniteit betekent niet dat je alles zelf moet bouwen of geen externe partijen meer mag gebruiken. Het gaat om risico-gebaseerde soevereiniteit. Dat houdt in dat je bewust moet bepalen welke onderdelen van je AI-stack je zelf onder controle móét hebben, omdat ze kritisch zijn voor je business of onderhevig zijn aan wet- en regelgeving. Op minder kritieke onderdelen kun je prima (gedeeltelijk) afhankelijk blijven van leveranciers, zolang je maar de risico's beheerst.

- **AI-soevereiniteit is belangrijk voor elk bedrijf dat AI inzet**

Hoe belangrijk AI-soevereiniteit is voor jouw organisatie, hangt af van in hoeverre AI kritisch is voor de bedrijfsvoering. Voor organisaties met een publieke taak zoals nutsbedrijven of netbeheerders, is goede controle over AI-systemen vaak noodzakelijk om continuïteit te garanderen en cyberrisico's te minimaliseren. Gezien het maatschappelijk belang zijn deze bedrijven ook onderhevig aan strenge regulering en is soevereiniteit geen 'nice to have', maar een randvoorwaarde.

- **De verantwoordelijkheid voor AI-soevereiniteit ligt volledig bij IT**

Ondanks dat je vanuit verschillende strategieën werkt, is de aanpak van AI-soevereiniteit vergelijkbaar met de aanpak voor datasoevereiniteit. In beide gevallen hoort de verantwoordelijkheid te liggen bij de mensen die beslissingen nemen over modellen, datastromen en infrastructuur. Daarom moeten verschillende afdelingen (IT, security, legal) samen sturen en beslissen. Het is dus niet alleen een IT-thema.

Daarnaast heeft iedere medewerker impact en verantwoordelijkheid door de tools die ze gebruiken, hoe ze met data omgaan en welke integraties ze starten. Met heldere richtlijnen en training kunnen medewerkers in het dagelijks werk bewuste, verantwoorde keuzes maken en op die manier helpen de controle te behouden

- **AI-soevereiniteit draait om het selecteren van leveranciers**

Bij AI-soevereiniteit kijken bedrijven vaak eerst naar waar data wordt opgeslagen of welke provider ze gebruiken. Dat zijn belangrijke vragen, maar vormen slechts een schakel van de keten. Het uitsluiten van bepaalde providers biedt geen oplossing zolang er binnen de organisatie geen goed alternatief is. Ook het zelf hosten van taalmodellen wordt door bedrijven gezien als eenvoudige

manier om minder afhankelijk te worden van externe partijen. Hoewel dat een mogelijkheid is, vraagt het om veel nieuwe IT-kennis. In plaats van direct te denken in alternatieven, is het belangrijk eerst te bepalen of zo'n keuze daadwerkelijk noodzakelijk is voor de bedrijfsvoering.

- **AI-soevereiniteit is een rem op innovatie**

De misvatting is dat AI-soevereiniteit per definitie innovatie remt (of dat maximale soevereiniteit altijd de beste keuze is). In werkelijkheid gaat het om de balans tussen snelheid op korte termijn en flexibiliteit op lange termijn. Een snelle keuze voor een kant-en-klare, sterk geïntegreerde stack kan je vandaag sneller laten bouwen en lanceren, maar kan je morgen beperken door lock-in in tooling, API's, modellen, datastromen en kostenstructuren. Daardoor wordt overstappen, integreren of inspelen op nieuwe eisen later lastiger en duurder.

AI-soevereiniteit gaat over de strategische keuzes die je per workload maakt. Begin met het in kaart brengen van kritieke en gevoelige systemen, beoordeel de afhankelijkheden en stel een stappenplan op om modellen onder te brengen in een toekomstbestendige structuur. Door hier nu mee aan de slag te gaan, zorg je ervoor dat je organisatie wendbaar en compliant is, zonder in te leveren op snelheid of overbodige maatregelen in te voeren.



Merendeel jongeren profiteert niet direct van verhoging minimumjeugdloon

Het kabinet heeft aangekondigd het minimumjeugdloon per 1 januari 2027 fors te verhogen voor jongeren van 16 tot en met 20 jaar. De verhoging wordt stapsgewijs ingevoerd per leeftijdscategorie. Uit onderzoek van Van Spaendonck, gebaseerd op de verloningsgegevens van ruim 100.000 jongeren, blijkt dat het effect van deze maatregel beperkt blijft tot slechts 36% van de jeugdige medewerkers.

Tekst: redactie. | Foto: getimg

Overgrote meerderheid verdient al boven minimum

Op dit moment verdient circa 87,5% van de jongeren van 15 tot 21 jaar boven het huidige minimumjeugdloon, terwijl slechts ongeveer 12,5% precies op het minimum zit. Na de verhoging op 1 januari 2027 blijft ruim 64% nog steeds boven het (nieuwe) minimumloon zitten. 36% zit dan op het nieuwe minimumjeugdloon. Het grootste deel van de jongeren lijkt dus niet direct te profiteren van de maatregel.

De reden dat veel jongeren nu al (en straks ook nog) boven minimumloon zitten, is omdat veel cao's jeugdschalen hanteren die hoger zijn dan het landelijk minimumjeugdloon, ook in de nieuwe situatie.

Sector- en cao-effecten verschillen sterk

De impact van de wetswijziging verschilt per sector en cao. In sommige sectoren, zoals horeca, grootwinkelbedrijven en detailhandel, is het aantal jeugdige medewerkers groot (37% tot 40%). Bij grootwinkelbedrijven

zit nu 35% van de medewerkers op het minimumjeugdloon. Zij profiteren het meest van deze maatregel. Daarnaast zit nog 39% tussen het huidige minimumjeugdloon en het nieuwe minimumjeugdloon. Ook in de detailhandel en bakkerijen maken jongeren grote salarisstappen door deze maatregel.

In de horeca verdient nu ruim 97% boven het minimumloon. Bij de verhoging van het minimumjeugdloon blijft dit nog steeds 86%. Hier lijkt de maatregel het minste effect te hebben.

"Veel sectoren betalen jongeren nu al meer dan het wettelijke minimum om aantrekkelijk te blijven op een krappe arbeidsmarkt," aldus Van Spaendonck. "Daardoor zien we grote verschillen tussen sectoren in de impact van deze maatregel."

Effecten binnen bedrijven en sectoren onzeker

De maatregel kan ertoe leiden dat medewerkers met minimumjeugdloon op gelijk salarisoniveau komen met medewerkers met een

hogere leeftijd of meer senioriteit. Dit kan tot gevolg hebben dat er discussie ontstaat over salarisschalen aan de cao-tafel of binnen bedrijven. Werkgevers kunnen ervoor kiezen om salarisschalen van meer senior medewerkers ook te verhogen om onderlinge verschillen intact te houden, maar dat brengt extra loonkosten met zich mee.

Ook is onzeker hoe sectoren reageren die jongeren bewust meer betaalden om een voorkeurspositie op de arbeidsmarkt te behouden. Wanneer andere sectoren hun lonen sterker verhogen, kan dit leiden tot verschuivingen in aantrekkelijkheid tussen sectoren.

Onderzoek gebaseerd op scenario's

De analyse van Van Spaendonck is gebaseerd op huidige salarisgegevens en scenario's met de nieuwe minimumloonpercentages vanaf 2027. Omdat toekomstige cao-afspraken en loonontwikkelingen nog onbekend zijn, blijven de exacte effecten voorlopig onzeker.



Leer onderhandelen met Maarten van Rossum en Tim Masselink

Soms gaat het om kleine dingen. Maar er zijn ook momenten waarop je echt een doel hebt: die baan die je wilt, die aankoop die je wilt doen, of die deal met een grote klant. Momenten waarop je iets wilt bereiken en daar een ander voor nodig hebt. Maar waarom doet die ander dan niet gewoon wat jij wilt?

Effectief onderhandelen zonder dat emoties je sturen

Vind je dit soort momenten spannend? Of merk je dat emoties je soms in de weg zitten? Dan is Van doel tot deal iets voor jou. In dit boek leggen Tim en Maarten haarfijn uit hoe je de regie houdt tijdens elke onderhandeling en je doelen daadwerkelijk bereikt. Met hun ervaring als toponderhandelaars delen zij praktische tips, tools en technieken om te komen tot de deal achter jouw doel.

Van doel tot deal laat zien hoe je met focus, emotionele controle en slimme

onderhandelingstechnieken bereikt wat je wilt. Praktisch, helder en direct toepasbaar.

Specificaties

Taal: nl
Bindwijze: Paperback
Aantal pagina's: 176
ISBN: 9789462724891



Tim Masselink



Je doneert af en toe of regelmatig aan een goed doel, maar je tijd is schaars en je budget beperkt. Wat je wél weet: je wil niet dat jouw geld verdwijnt in de dikke auto van een directeur of verdampt in een kostbare marketingcampagne. Maar hoe check je dat? En als je toch geeft, waarom dan niet meteen zo veel mogelijk verschil maken met datzelfde bedrag?

De harde waarheid: de meeste donaties helpen nauwelijks. Veel mensen geven op gevoel, verleid door geraffineerde marketing of beïnvloed door nabijheid. Maar hoe weet je zeker dat jouw donatie écht verschil maakt?

Bram Schaper laat zien dat van de miljoenen goede doelen er slechts enkele zijn die er met kop en schouders boven uitsteken – toporganisaties waar de impact van jouw euro wel honderd keer zo groot is. Aan de hand van ontnuchterende feiten en verrassende inzichten legt Schaper uit waar de weeffouten in de goededoelenmarkt zitten, hoe toporganisaties te herkennen zijn en hoe je met dezelfde portemonnee veel meer voor elkaar krijgt.

'Wil je écht verschil maken met je geld? Lees dit boek.' – Rutger Bregman

Specificaties

Taal: nl
Bindwijze: Paperback
Aantal pagina's: 224
ISBN: 9789047018834



Bram Schaper



Arbeidsmarkt 2026 en 2027: krapte blijft, maar de spelregels veranderen

Na jaren van uitzonderlijke arbeidsmarktkrapte lijkt de Nederlandse arbeidsmarkt in 2026 en 2027 iets af te koelen. Toch is het een misvatting om te denken dat werkgevers weer eenvoudig personeel zullen kunnen vinden. Integendeel: de uitdagingen verschuiven van een tekort aan banen naar een tekort aan mensen. Voor ondernemers en HR-professionals wordt het daarom essentieel om anders naar arbeid, talent en organisatieontwikkeling te kijken.

Tekst: redactie. | Foto: getimg

Volgens recente prognoses van het UWV groeit de werkgelegenheid de komende jaren nog slechts beperkt. Waar tussen 2022 en 2024 jaarlijks honderdduizenden banen bijkwamen, zal de groei richting 2027 terugvallen naar maximaal enkele tienduizenden banen per jaar. De belangrijkste oorzaak is niet een gebrek aan economische activiteit, maar het feit dat de beroepsbevolking nauwelijks nog groeit. De vergrijzing zorgt ervoor dat grote groepen werknemers met pensioen gaan, terwijl er onvoldoende jonge werknemers beschikbaar zijn om hen te vervangen.

Dat betekent dat de arbeidsmarkt ook in 2026 en 2027 krap blijft. Naar verwachting ontstaan jaarlijks ongeveer 1,5 miljoen vacatures, waarvan het overgrote deel voortkomt uit vervangingsvraag. Met andere woorden: vacatures ontstaan vooral doordat mensen vertrekken, met pensioen gaan of van werkgever wisselen, en veel minder door economische groei.

Voorals in de zorg, techniek, ICT en het onderwijs blijven de personeelstekorten groot. Verpleegkundigen, softwareontwikkelaars, technische specialisten en leerkrachten

behoren nog steeds tot de meest schaarse beroepsgroepen. Ook juristen, installateurs en diverse specialistische functies binnen de overheid blijven moeilijk te vinden.

Tegelijkertijd verandert de aard van werk. Kunstmatige intelligentie en automatisering nemen steeds meer routinematige taken over. Dat betekent niet dat banen massaal verdwijnen, maar wel dat werknemers andere vaardigheden nodig krijgen. Bedrijven zullen meer investeren in digitale vaardigheden, data-analyse, procesoptimalisatie en het samenwerken met AI-systemen. Werknemers die zich blijven ontwikkelen, vergroten daarmee hun waarde op de arbeidsmarkt aanzienlijk.

Een tweede belangrijke ontwikkeling is de verschuiving van zelfstandig ondernemerschap naar loondienst. Door strengere handhaving op schijnzelfstandigheid kiezen steeds meer opdrachtgevers ervoor om freelancers en zzp'ers een arbeidsovereenkomst aan te bieden. Vooral in sectoren als bouw, zorg en zakelijke dienstverlening wordt deze trend zichtbaar. Hierdoor zal het aantal zelfstandigen naar verwachting verder afne-

men, terwijl het aantal werknemers in loondienst juist groeit.

Voor werkgevers betekent dit alles dat traditionele wervingsmethoden steeds minder effectief worden. Succesvolle organisaties onderscheiden zich straks niet alleen door salaris, maar vooral door goed werkgeverschap. Denk aan flexibele werktijden, mogelijkheden voor hybride werken, persoonlijke ontwikkeling, aandacht voor welzijn en een sterke bedrijfscultuur. Medewerkers behouden wordt minstens zo belangrijk als nieuwe medewerkers aantrekken.

De conclusie voor 2026 en 2027 is helder: de arbeidsmarkt wordt iets minder oververhit, maar blijft structureel krap. Organisaties die investeren in technologie, opleiding en aantrekkelijk werkgeverschap zullen het beste in staat zijn om talent aan zich te binden. Niet de bedrijven met de meeste vacatures winnen de strijd om personeel, maar de bedrijven die het aantrekkelijkst zijn om voor te werken. Dat wordt de echte concurrentiefactor van de komende jaren.



IT-problemen kosten Nederlandse economie ruim €3,4 miljard per jaar

Productiviteitsverlies door storingen en trage systemen blijft onderschat probleem op de werkvloer

- 24% van de Nederlandse werknemers verliest dagelijks minstens 15 minuten door IT-problemen.
- Dat komt neer op een economisch verlies van ruim €14,2 miljoen per dag.
- Op jaarbasis loopt dit op tot meer dan €3,4 miljard aan productiviteitsverlies.
- Slechts 22% van de werknemers ervaart geen IT-problemen.

Tekst: redactie. | Foto: shutterstock

Nederlandse werknemers verliezen dagelijks miljoenen euro's aan productiviteit door IT-problemen zoals trage systemen, storingen en inlogissues. Dat blijkt uit een berekening op basis van een onderzoek van Sharp, uitgevoerd door Markteffect¹. In totaal verliest bijna een kwart (24%) van de werkenden dagelijks minimaal 15 minuten aan IT-gereleerde frustraties. Omgerekend zou dit de Nederlandse economie meer dan € 3,4 miljard per jaar kosten².

Hoewel 40% van de werknemers aangeeft minder dan 15 minuten per dag kwijt te zijn

aan IT-problemen, ervaart bijna een kwart structurele vertraging van meer dan 15 minuten per dag. De grootste frustraties van werknemers die met IT werken zijn trage systemen of netwerkverbindingen (23%) en IT-systemen die niet goed functioneren of regelmatig storingen vertonen (10%).

Dagelijks miljoenenverlies door kleine inefficiënties

Op basis van een modaal bruto jaarinkomen van € 46.500³ en ongeveer 9,8 miljoen werknenden in Nederland⁴, komt het gemiddelde productiviteitsverlies uit op € 6,05 per werk-

nemer per dag. Dit resulteert in een dagelijks verlies van ruim € 14,2 miljoen en een jaarlijks verlies van ongeveer € 3,4 miljard.

Deze cijfers laten zien dat relatief kleine dagelijkse inefficiënties op nationale schaal een aanzienlijke economische impact hebben.

Structureel probleem in digitale werkomgeving

Volgens Sharp zijn de problemen geen incident, maar het gevolg van een structureel

vervolg op p.30

¹ Het onderzoek is in april 2026 uitgevoerd door Markteffect in opdracht van Sharp Benelux onder 509 Nederlandse respondenten. De resultaten zijn representatief voor de Nederlandse beroepsbevolking op basis van arbeidssituatie. Voor specifieke deelanalyses is gebruikgemaakt van deelsteekproeven (n=325 voor tijdsverlies door IT-problemen en n=282 voor specifieke IT-frustraties).

² Eigen berekening o.b.v. data van Sharp/Markteffect: uitgaande van 52 werkweeken van 40 uur minus 4 vakantieweken (1.920 uur/jaar) en een modaal inkomen³ (€ 46.500 = € 22,36/u) kost 15 min verlies per dag € 6,05 per werknemer; toegepast op 24% van 9,8 miljoen werkenden⁴ resulteert dit in ca. € 14,24 miljoen per dag en € 3,4 miljard per jaar.

³ Modaal bruto jaarinkomen Nederland 2025 (€ 46.500): Centraal Planbureau (CPB), Centraal Economisch Plan 2025.

⁴ Aantal werkenden in Nederland (circa 9,8 miljoen): Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), Werkzame beroepsbevolking.



Top
Elektrotechniek



Tel: 0614991351 • Lage valkseweg 80 • 6733 GD • Wekerom

INDUSTRIAL SOLUTIONS



colson
WORLDWIDE NO. 1

WILT U DAT ALLES
OP ROLLETJES
VERLOOPT VOOR
UW INTERNE
TRANSPORT?

KIES DAN VOOR
ZWENK- EN
BOKWIELEN VAN
COLSON EUROPE B.V.

VOOR VEEL TOEPASSINGEN HEBBEN WIJ
EEN IDEALE OPLOSSING.

NEEM CONTACT MET ONS OP VIA
INFO@COLSON-EUROPE.NL OF BEL ONS OP 0318-536611

vervolg van p.29

gebrek aan samenhang in de digitale werkplek. Veel organisaties investeren wel in nieuwe technologieën, maar doen dit vaak versnipperd. Verschillende systemen, tools en apparaten worden los van elkaar ingericht of door meerdere partijen beheerd, waardoor ze niet optimaal samenwerken.

“Veel organisaties focussen op innovatie, maar vergeten de basis van hun IT-omgeving,” zegt Wilbert Hendriks, Manager Marketing & Strategie Benelux bij Sharp Electronics. “Het probleem zit zelden in één tool, maar in het ontbreken van een duidelijke visie op de totale werkplek. Als systemen niet goed op elkaar aansluiten, ontstaat er frictie die zich ongemerkt opstapelt tot fors productiviteitsverlies.”

Volgens Sharp ligt de oplossing in een integrale aanpak, waarbij de digitale werkplek vanaf het begin als één geheel wordt ontworpen en beheerd, afgestemd op de manier waarop mensen daadwerkelijk werken. “Bedrijven die kiezen voor een samenhangende IT-strategie, waarin cloudservices, software en hardware naadloos samenwerken, zien direct resultaat. Minder verstoringen, minder tijdverlies en een werkomgeving die medewerkers ondersteunt in plaats van tegenwerkt,” legt Hendriks uit.

Impact op werkplezier en efficiëntie

Naast economische schade hebben IT-problemen ook invloed op het werkplezier. Slechts 22% van de werknemers ervaart geen IT-problemen; voor de meerderheid vormen digitale obstakels een terugkerend probleem. Zaken als printerproblemen (7,4%), beveiligingsmaatregelen die het werk vertragen (7,0%) en inlogproblemen (6,7%) dragen bij aan een minder efficiënte werkdag¹.

Volgens Sharp ligt de sleutel niet alleen in nieuwe technologie. Het gaat vooral om het beter organiseren van de bestaande IT-omgeving. Door systemen, processen en beheer vanuit één duidelijke visie in te richten, kunnen organisaties kosten besparen en tegelijkertijd de productiviteit en medewerkerstevredenheid verhogen.

 **betonopdebouw.nl**

Heeft u beton nodig voor uw verbouwing / fundering of voor de oprit en wilt u geen gedoe met een betonmolen?

Dan biedt betonopdebouw uitkomst!



LEVERING OP DE BOUW OF AAN HUIS VAN:

- stab- zand
- stampbeton
- betonmortel
- vloerenspecie

WAAROM BETONOPDEBOUW?

✓ Levering ook op zaterdag	✓ Scherpe prijs; zelfs voor kleine hoeveelheden	✓ Met onze mobiele mixer leveren wij wat nodig is, geen overtollig materiaal	✓ Voor bedrijf en particulier; wegenbouw, straatwerk, hoveniers	✓ Optioneel een betonpomp bij te bestellen
----------------------------	---	--	---	--



Mail, bel of app vrijblijvend voor een scherpe prijsopgave:

 **betonopdebouw.nl**
Het Laar 7 - Wekerom
info@betonopdebouw.nl
06 1348 1406

: (

Your PC ran into a problem and needs to restart. We're just collecting some error info, and then we'll restart for you.

If you'd like to know more, you can search online later for this error: ALWAYS_LOOK_ON_THE_BRIGHT_SIDE_OF_LIFE



De auto als mobiel kantoor: waarom zakelijke reizen nog altijd waardevol zijn

In een tijd waarin videobellen, digitale samenwerkingsplatforms en kunstmatige intelligentie een steeds grotere rol spelen, zou je verwachten dat zakelijke reizen langzaam overbodig worden. Toch blijkt in de praktijk precies het tegenovergestelde. Juist nu bijna alles digitaal kan, groeit de waarde van persoonlijk contact. En daarmee blijft de auto voor veel ondernemers, directeuren en accountmanagers een onmisbaar hulpmiddel. Niet alleen als vervoermiddel, maar steeds vaker als een verlengstuk van het kantoor.

Tekst: redactie. | Foto: redactie

Meer dan van A naar B

Voor veel ondernemers bestaat een werkdag niet uit uren achter een bureau. Bezoeken aan klanten, leveranciers, beurzen, netwerkbijeenkomsten en projectlocaties maken een belangrijk onderdeel uit van het ondernemerschap. De auto vormt daarbij letterlijk de verbindende factor tussen afspraken.

Waar een treinreis vaak afhankelijk is van dienstregelingen en overstappen, biedt de auto maximale flexibiliteit. Een extra klantbezoek inplannen, onderweg een fabriek bezoeken of spontaan een netwerkmoment creëren is vaak veel eenvoudiger wanneer men over eigen vervoer beschikt.

Voorals in sectoren zoals bouw, industrie, logistiek, agribusiness en zakelijke dienstverlening blijft de auto daarom een essentieel bedrijfsmiddel.

Het mobiele kantoor

De moderne auto heeft zich ontwikkeld tot een mobiel kantoor. Handsfree bellen,

spraakgestuurde systemen, geïntegreerde agenda's, navigatiesoftware en realtime verkeersinformatie maken het mogelijk om reistijd efficiënter te benutten.

Veel ondernemers gebruiken autoritten voor telefoongesprekken, het luisteren naar podcasts, het bijwerken van vakkennis of het voorbereiden van belangrijke afspraken. Uiteraard blijft verkeersveiligheid daarbij altijd prioriteit nummer één, maar moderne technologie maakt het eenvoudiger dan ooit om onderweg productief te zijn.

Sommige bestuurders plannen zelfs bewust langere reistijden tussen afspraken om ruimte te creëren voor reflectie. Waar het kantoor vaak wordt gedomineerd door e-mails, vergaderingen en telefoontjes, biedt de auto soms juist de rust om strategisch na te denken.

De kracht van persoonlijk contact

Hoewel digitale communicatie efficiënt is, blijft zakendoen uiteindelijk mensenwerk. Vertrouwen ontstaat niet uitsluitend via een

scherm. Een handdruk, een gezamenlijke lunch of een gesprek tijdens een bedrijfsbezoek levert vaak inzichten op die tijdens een online vergadering verborgen blijven.

Veel succesvolle ondernemers geven aan dat hun belangrijkste opdrachten, samenwerkingen en investeringen zijn ontstaan tijdens persoonlijke ontmoetingen. Juist daarom blijft reizen een belangrijke investering.

Internationale handel vormt daarvan een goed voorbeeld. Natuurlijk kunnen contracten digitaal worden besproken, maar een bezoek aan een fabriek in Italië, een distributeur in Duitsland of een partner in België levert vaak veel meer informatie op dan een reeks online meetings.

De opkomst van elektrisch rijden

Zakelijke mobiliteit verandert ondertussen in hoog tempo. Elektrische auto's zijn inmiddels niet langer een uitzondering, maar worden steeds vaker de standaard binnen zakelijke wagenparken.



Voor ondernemers spelen daarbij verschillende factoren een rol. Lagere gebruikskosten, fiscale voordelen, duurzaamheidsdoelstellingen en een groeiend netwerk van laadpunten maken elektrisch rijden aantrekkelijker dan ooit.

Daarnaast zien veel bedrijven duurzaamheid niet langer uitsluitend als een maatschappelijke verantwoordelijkheid, maar ook als een concurrentievoordeel. Klanten, investeerders en medewerkers verwachten steeds vaker dat organisaties actief werken aan het verminderen van hun ecologische voetafdruk.

Een elektrisch wagenpark kan daarbij een zichtbaar en geloofwaardig signaal zijn.

Zaken doen onderweg door Europa

Voor Nederlandse ondernemers is Europa één grote thuismarkt geworden. Binnen enkele uren rijden bevinden zich miljoenen potentiële klanten en zakenpartners.

Een afspraak in Antwerpen, Düsseldorf of Brussel is vaak sneller bereikbaar met de auto dan met het vliegtuig. Bovendien biedt autorijden de mogelijkheid om meerdere afspraken op één dag te combineren.

Ook voor ondernemers die regelmatig beurzen bezoeken blijft de auto aantrekkelijk. Denk aan evenementen in Frankfurt, München, Parijs of Milaan. Niet alleen vanwege de flexibiliteit, maar ook omdat promotiemateriaal, demonstratiemodellen of andere zakelijke behoeften eenvoudig kunnen worden meegenomen.

Steeds meer ondernemers combineren zakelijke afspraken bovendien met een kort

verblijf. Een vergadering in Noord-Italië kan bijvoorbeeld worden gecombineerd met een extra dag om de regio te verkennen, relaties te onderhouden of nieuwe marktkansen te onderzoeken.

De juiste auto voor de ondernemer

De ideale zakelijke auto bestaat niet. De keuze hangt sterk af van de aard van het werk.

Voor vertegenwoordigers die jaarlijks tienduizenden kilometers rijden zijn comfort, betrouwbaarheid en brandstof- of energieverbruik vaak doorslaggevend. Ondernemers die klanten bezoeken hechten daarnaast vaak waarde aan representativiteit.

Voor zelfstandigen in de bouw of techniek spelen laadruimte en functionaliteit juist een grotere rol. Directeuren en bestuurders kiezen vaker voor voertuigen waarin comfort, uitstraling en technologie samenkomen.

Interessant is dat de traditionele status van de auto langzaam verandert. Waar vroeger vooral het merk belangrijk was, kijken veel ondernemers tegenwoordig naar totale gebruikskosten, duurzaamheid en praktische inzetbaarheid.

Reizen als bron van inspiratie

Zakelijke reizen leveren meer op dan alleen omzet. Veel ondernemers geven aan dat juist onderweg nieuwe ideeën ontstaan.

Een bezoek aan een buitenlandse stad, een gesprek met een ondernemer uit een andere sector of een kijkje achter de schermen bij een innovatief bedrijf kan leiden tot verrassende inzichten. Innovatie ontstaat immers vaak door het combineren van ideeën uit verschillende werelden.

Daarom beschouwen veel succesvolle ondernemers reizen niet als een kostenpost, maar als een investering in kennis en inspiratie.

Balans tussen efficiëntie en menselijk contact

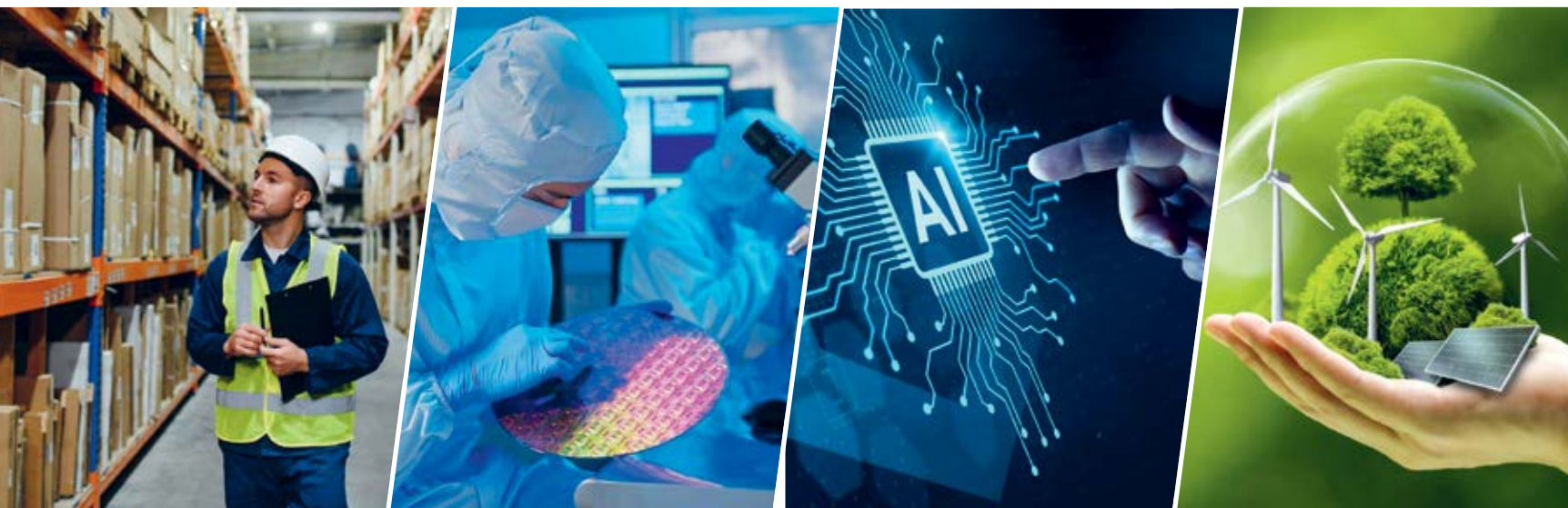
De toekomst van zakelijk reizen zal waarschijnlijk bestaan uit een combinatie van digitale en fysieke ontmoetingen. Routine-overleggen kunnen prima online plaatsvinden, terwijl belangrijke onderhandelingen, strategische sessies en relatiebeheer juist profiteren van persoonlijk contact.

rijke rol spelen. Niet alleen als vervoermiddel, maar als werkplek, ontmoetingsruimte en schakel tussen ondernemers, klanten en nieuwe kansen.

Wie vandaag de dag de weg op gaat voor een zakelijke afspraak, reist niet simpelweg van locatie naar locatie. Hij investeert in relaties, kennis, inspiratie en groei. En hoewel technologie de manier van werken ingrijpend verandert, blijft één principe onveranderd: succesvolle zaken worden nog altijd gedaan door mensen die elkaar ontmoeten.

De auto brengt hen daar nog steeds naartoe. Sterker nog, in een tijd waarin alles digitaal lijkt te worden, is de waarde van die persoonlijke reis misschien wel groter dan ooit.





Zakelijk nieuws in vogelvlucht

De economie blijft volop in beweging. Ondernemers krijgen te maken met nieuwe kansen, veranderende regelgeving en technologische ontwikkelingen die elkaar in hoog tempo opvolgen. Hieronder een overzicht van enkele actuele thema's die momenteel de aandacht trekken in de zakelijke wereld.

Tekst: redactie. | Foto: redactie

Arbeidsmarkt blijft krap

Ondanks een afkoelende economie blijft de arbeidsmarkt in veel sectoren gespannen. Vooral in de techniek, zorg, IT en logistiek hebben werkgevers moeite om geschikte kandidaten te vinden. Hierdoor investeren steeds meer bedrijven in automatisering, omscholing en het langer behouden van bestaande medewerkers. Ook flexibele arbeidsvoorwaarden en extra aandacht voor werkgeluk worden steeds belangrijker in de strijd om talent.

Kunstmatige intelligentie veroverf het bedrijfsleven

AI-toepassingen worden inmiddels op grote schaal ingezet binnen organisaties. Van klantenservice en marketing tot data-analyse en administratieve processen: kunstmatige intelligentie helpt bedrijven om efficiënter te werken en kosten te besparen. Tegelijkertijd groeit de behoefte aan duidelijke richtlijnen voor verantwoord gebruik van AI, zeker wanneer privacygevoelige gegevens worden verwerkt.

Bedrijven investeren weer meer

Na een periode van economische onzekerheid laten diverse onderzoeken zien dat ondernemers voorzichtig positiever worden over de toekomst. Vooral investeringen in

digitalisering, cybersecurity en verduurzaming nemen toe. Veel bedrijven bereiden zich voor op toekomstige groei door processen te moderniseren en nieuwe technologieën te implementeren.

Cyberveiligheid blijft topprioriteit

Cybercriminaliteit vormt nog altijd een van de grootste risico's voor ondernemingen. Ransomware-aanvallen, phishingmails en datalekken kunnen grote financiële en reputatieschade veroorzaken. Experts adviseren bedrijven daarom om niet alleen te investeren in technische beveiliging, maar ook in bewustwording onder medewerkers. Een goed getraind team blijkt vaak de beste eerste verdedigingslinie.

Duurzaamheid verschuift van verplichting naar kans

Waar duurzaamheid jarenlang vooral werd gezien als een verplichting vanuit wet- en regelgeving, beschouwen steeds meer ondernemers het als een strategische kans. Energiebesparing, circulaire bedrijfsmodellen en duurzame productontwikkeling leveren niet alleen milieuwinst op, maar kunnen ook bijdragen aan kostenverlaging en een sterker imago bij klanten en investeerders.

Zakelijk reizen verandert

Hoewel online vergaderen een vaste plaats heeft gekregen binnen het bedrijfsleven, groeit de waardering voor persoonlijke ontmoetingen opnieuw. Bedrijven kiezen vaker voor een combinatie van digitale en fysieke afspraken. Vooral voor relatiebeheer, internationale handel en complexe onderhandelingen blijft persoonlijk contact van grote waarde.

Ondernemers blijven optimistisch

Ondanks uitdagingen zoals geopolitieke spanningen, stijgende kosten en snelle technologische veranderingen blijft het Nederlandse bedrijfsleven veerkrachtig. Veel ondernemers zien juist in onzekere tijden kansen ontstaan. Innovatie, flexibiliteit en een sterke focus op klantwaarde blijken opnieuw de belangrijkste ingrediënten voor duurzaam succes.

De conclusie is duidelijk: de zakelijke wereld verandert sneller dan ooit, maar ondernemingen die blijven investeren in mensen, technologie en innovatie zijn vaak het best voorbereid op de kansen van morgen.

Accountants en Adviseurs  SCHUITEMAN ACCOUNTANTS & ADVISEURS www.schuiteman.com	Advocaten  HEIJINK & MEURE ADVOCATEN www.heijinkenmeure.nl	Advocaten  Van Veen ADVOCATEN www.vanveen.com	Arbeidsmarkt  Werkgevers Servicepunt Regio Foodvalley www.wsp-regiofoodvalley.nl
Autoschade herstellen  SCHADE HERSTEL Midden Nederland Auto's Bestelbussen Trucks Caravans Campers Autoverhuur www.schadeherstelmn.nl	AVG-check  AVGCARE privacy goed geregeld www.avgcare.nl	Beton  betonopdebouw.nl www.betonopdebouw.nl	Bouwmanagement Vastgoedbeheer  B.V. STICHTS BEHEER VAN 1952 www.stichtsbeheer.nl
Brandveiligheid  BRAND-VEILIG TOTALE AANPAK BRANDVEILIGHEID WWW.BRAND-VEILIG.NL www.brand-veilig.nl	Detachering en bemiddeling  HETWERKT NU. www.hetwerktnu.nl	Elektrotechniek  Top Elektrotechniek www.topelektrotechniek.nl	Evenementen  Stuif evenementen www.stuifevenementen.nl
Financiële diensten  asn bank www.asnbank.nl	Financieringen  FINANCIERINGSGILDE regelt elke MKB financiering www.financieringsgilde.nl	Fiscaal Juristen  Added Value Fiscaal Juristen B.V. www.avfj.nl	Goede doelen  GIRO 555 www.giro555.nl
ICT-beheer  hupraict. www.hupra.nl	ICT Campus  ICTCAMPUS REGIO FOODVALLEY www.ICTcampus-foodvalley.nl	ICT, communicatie en beveiliging  Lagarde groep www.lagarde.nl	ICT & TELECOM nieuws  RESELLERS BUSINESS www.resellersbusiness.nl
ICT Valley  ICT VALLEY www.ICTvalley.nl	Mediabedrijf  GRANDONI MEDIA www.grandoni.nl	Marketing & Communicatie  studio STERK STAAL www.studiosterkstaal.nl	Notarissen  olenz notarissen www.olenz.nl
Online Marketing  INVICTUS ONLINE MARKETING www.invictusonlinemarketing.nl	Opleidingen  CHE CHRISTELIJKE HOGESCHOOL EDE www.che.nl	Software  experlogix www.experlogix.com	Veiligheidstrainingen Brandbeveiliging Service & Advies  AREHBO www.arihbo.nl
Web & Design  /blits. design development online marketing www.wijzijnblits.nl	Werving & Selectie Detachering  DEKKER Services Logistiek Industrie Techniek Zakelijke dienstverlening www.dekkerservices.nl	Zonnepanelen  ARIENS SOLAR www.arienssolar.nl	Zwenk- en bokwielen  INDUSTRIAL SOLUTIONS colson WORLDWIDE NO. 1 www.colson-europe.nl



organisatie | productie | verhuur

Niet alleen de mensen en kennis, maar ook de materialen
om van elke bijeenkomst een succes te maken.



Postbus 1172 | 3900BD | Veenendaal | info@stuifevenementen.nl | +31 318 518973



ARIENS SOLAR

Gratis SDE aanvraag

ZONNEPANELEN VOOR DE AGRARISCHE SECTOR, RETAIL EN INDUSTRIE

Keizer Karelplein 32Q, 6511 NH Nijmegen | 06 - 51111 627 | info@arienssolar.nl

WWW.ARIENSSOLAR.NL



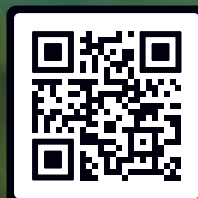
**ZOECT U ERVAREN
FINANCIEEL OF
ADMINISTRATIEF
MEDEWERKERS?**

 **Inhuren.nl**

- 
- **Structureel in Loondienst**
 - **Flexibele Uitzendkrachten**
 - **Freelance Experts**

MEER WETEN?

**PLAN VANDAAG NOG EEN
ONLINE AFSPRAAK IN.**



 **SCAN ME**

 **Inhuren.nl**