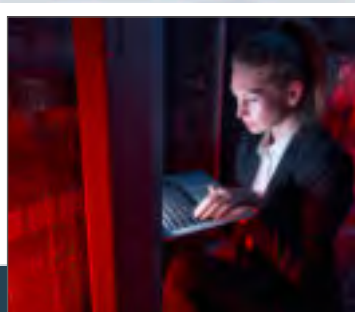


DE **Z**M **ZAKENMARKT**

Zakenmagazine voor **ondernemers en bestuurders** in de **FOOD VALLEY** regio

jaargang 17
nr.1 - 2023

01



Marketingbudgetten isoleren betekent krapte creëren

Grootste editie **Digital Days** in 7-jarig bestaan

Brandact 'In ontwerpen geldt tegenwoordig: functie boven vorm'

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

hupraict.

Al 40+ jaar uw betrouwbare ICTpartner



Hoe biedt u de juiste begeleiding? Training Werk Onbeperkt helpt

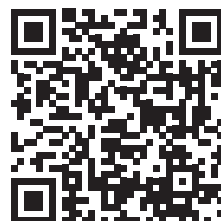
Om een (nieuwe) medewerker met een andere begeleidingsbehoefte een baan te bieden, mogen wij u kosteloos de praktische training Werk Onbeperkt aanbieden. Veel gehoorde vragen zijn: “Ik wil wel iemand een kans geven met een arbeidsbeperking, maar kan ik het ook en hoe doe ik dit?” en “Wat betekent het voor de leidinggevenden en collega’s in ons bedrijf?”. In deze training krijgt u antwoorden, kennis en skills bij samenwerkingspartner Werkkracht. Veel werkgevers in Regio Foodvalley volgden deze training van drie bijeenkomsten en zijn enthousiast.

Bent u de volgende? Kies uw kans!

Kijk voor meer informatie op onze website.
De volgende start op 20 juni.

WerkgeversServicepunt Regio Foodvalley
info@wsp-rfv.nl - tel 088 660 68 30
www.wsp-regiofoodvalley.nl.

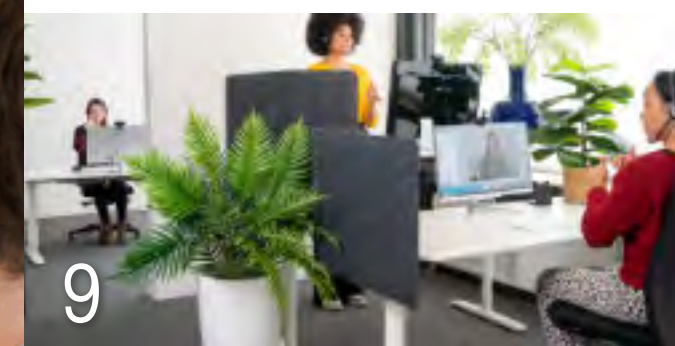
Sociaal ondernemen loont!



Werkgevers
Servicepunt  Regio Foodvalley



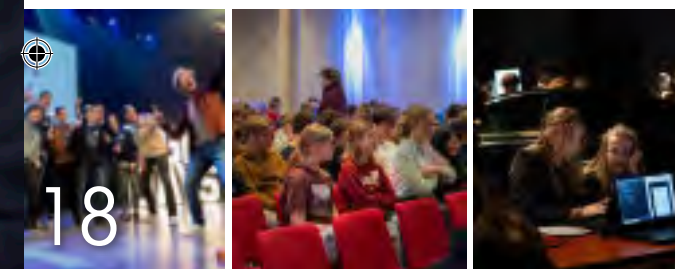
6



9



11



18



23

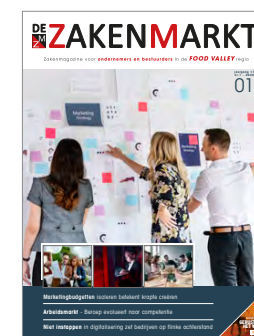
inhoudsopgave

Marketingbudgetten isoleren betekent krapte creëren	6, 7
Alpina opent deuren naar doven en slechthorenden	9
Woondeal voor bouw van 25.000 woningen in Regio Foodvalley	10
Toeren in Nijkerk met de Zonnebloemfiets	11
Beroep evolueert naar competentie	13, 14, 15
Goed onderhoud is het halve werk	16
Startersevent Veenendaal	16

Katern ICT Markt _____ 17 t/m 25

Grootste editie Digital Days in 7-jarig bestaan	18
Dit is waarom València de nieuwste hotspot is voor tech startups en investeerders	19
Column: Please forget me!	21
Data vormt een cruciale factor	22,23
Cloudwerken is het 'nieuwe normaal'	24, 25

Brandact 'In ontwerpen geldt tegenwoordig: functie boven vorm'	27
De Google formule	28
'Ons speerpunt is het leveren van personeel voor zowel korte als langere perioden'	29
105e Dies Natalis van WUR in teken van duurzaam beheer zee en oceaan	31
Opvallende truckreclame!	32
Jaguar Land Rover start samenwerking met Tata Technologies voor digitale transformatie	33



17 t/m 25



WWW.GRANDONI.NL

UW MEDIAPARTNER!



GRANDONI MEDIA

Nummer 1: april/mei/juni 2023
Onafhankelijk zakenmagazine voor ondernemers en bestuurders in de FOOD VALLEY regio

De ZAKENMARKT is een uitgave van
GRANDONI MEDIA



GRANDONI MEDIA

Duifkruid 143
4007 SW Tiel
T: 085 0870 727
E: info@grandoni.nl
info@dezakenmarkt.nl
I: www.dezakenmarkt.nl

Uitgever:
Angelo Grooten

Aan dit nummer werkten mee:

Redactie:
Angelo Grooten
Arno voor de Poorte
Marco Diepeveen
Lisette Brenkman

Foto's:
John van Gelder
Pixabay.com
Shutterstock
Unsplash
Envato

Columnisten:
mr. Arie Heijink
Tom Baerends & Ewout den Ouden

Vormgeving:
Matthijs Sloos — BRANDACT.NL

Drukwerk realisatie:
Stimo de Meerpaal/Veldhuis Media BV

Frequentie:
4 x per jaar in print en online

Controlled circulation
De ZAKENMARKT FOOD VALLEY regio wordt in controlled circulation verspreid onder bedrijven met 4 medewerkers of meer in de 8 gemeenten van de Foodvalley regio. 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.

Verspreiding
De ZAKENMARKT FOOD VALLEY regio wordt in controlled circulation verspreid onder bedrijven met 4 medewerkers of meer in de volgende plaatsen:
ACHTERBERG, AMERONGEN, BARNEVELD, BENNEKOM, DODEWAARD, EDE(GLD), EDERVEEN, ELST(UTR), DE GLIND, DE KLOMP, HARKAMP, HOEVELAKEN, KESTEREN, LEERSUM, LUNTEREN, NIJKERK, OCHTEN, OVERBERG, OTTERLO, RENKUM, RENSWOUDE, SCHERPENZEEL, RHENEN, VEENENDAAL, WAGENINGEN, WOUDENBERG.

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, vermenigvuldigd of gekopieerd zonder uitdrukkelijke toestemming van de uitgever.

  @DeZakenMarkt

www.dezakenmarkt.nl

Voorwoord

Nieuwe uitgever, hetzelfde magazine

In het vorige nummer kondigde Gerie Jansen de overdracht al aan van De ZAKENMARKT naar Grandoni Media. Ik ben dan ook zeer verheugd dat we deze mooie titel mogen voortzetten. Zoals u wellicht zult zien in deze editie, gaan we op dezelfde voet verder. Dit prachtige magazine voor ondernemers en bestuurders in de Foodvalley kan alleen bestaan door de medewerking van adverteerders. Dit kan in de vorm van een advertentie, maar wellicht heeft u ook iets te vertellen over uw organisatie door middel van een redactionele bijdrage. Schroom niet om ons hiervan op de hoogte te stellen. Samen maken we dit magazine mogelijk.

In het zakendoen is 'wederkerigheid' voor mij een belangrijke kernwaarde. Een vast onderdeel van De ZAKENMARKT is de column die wordt geschreven door de heren van Financieringsgilde Ede - Veenendaal. Zo leveren zij een mooie inhoudelijke bijdrage. Aan de andere kant hebben wij van hun diensten gebruik kunnen maken bij het regelen van een financiering. Ik zou u ook willen aanraden om zoveel mogelijk gebruik te maken van bedrijven in de regio. Zo kunnen we elkaar mooi versterken.

Diezelfde regionale twist komt ook terug in het artikel over de rol van marketing in het mkb. U kunt uiteraard uw budget besteden bij de grote techbedrijven uit de Verenigde Staten. Maar datzelfde geld zien wij hier nooit meer terug in de regio. Om nog maar niet te spreken over de belastingmoraal. Alleen al vanuit ethisch oogpunt is mijn advies ook in dezen: 'think global, act local'.

Het belang van data en werken in de cloud heeft in de afgelopen drie jaar een enorme vlucht gekregen. Waar er voorheen alleen aanhangers en tegenstanders waren, is het inmiddels voor de meeste mensen wel duidelijk dat, zoals zo vaak, ook hier de waarheid in het midden ligt. Het zogenaamde hybride werken is inmiddels een feit en van voor- en tegenstanders is bijna geen sprake meer. U leest er meer over in de artikelen die gaan over data en cloudwerken.

Tot slot wens ik iedereen een mooie lente in goede gezondheid en met prettig zakendoen.

Met vriendelijke en zakelijke groet,

Angelo Grooten
Uitgever





‘De plaats van marketing in het MKB’

Marketingbudgetten isoleren betekent krapte creëren

Wat is marketing, welke plaats neemt dit in het MKB in en wat zijn de huidige verschijningsvormen? Is marketing een samentrekking van market en getting, de agressieve uitleg. Of is het veeleer aan de voorkant van de kraam vragen wat een klant wil, dit in die kraam leggen en het haar/hem vervolgens vanachter diezelfde kraam verkopen?

Tekst en foto's: Redactie

Media-exploitant en eigenaar van Grandoni Media Angelo Grooten, ziet in de praktijk verschillende verschijningsvormen van marketing. Wat hem verbaast is dat overal een specialisme voor is in het MKB, behalve voor marketing. “Terwijl dat juist het hart van je onderneming is. Het lijkt erop dat het tegenwoordig ‘God zegen de greep’ is voor wat betreft de klassieke vier P’s. Daarnaast zie je Google -door Ads-campagnes met een gigantische buit weglopen.”

Aandragen van marketingoplossingen

Bij Grandoni Media speelt marketing op twee manieren een belangrijke rol: als eerste het aandragen van marketingoplossingen voor

klanten, dus adverteerders in bijvoorbeeld de zeven studentenmedia en als tweede de marketing van de eigen tijdschriften en andere uitgaven. “Die benaderen we voor 99,9% door middel van directe verkoop,” zegt Grooten hierover. “In al die gevallen zijn zij klant bij ons, omdat wij hen benaderd hebben. Het is puur een push-beweging. Een pull-beweging zien we dus vrijwel nooit. Dat verbaast me, want daaruit volgt dat MKB-bedrijven daar geen actief marketingbeleid op voeren.”

De mix vormt de kracht

De media-exploitant voert als voorbeeld een fictieve sportschool in Wageningen aan. “Die krijgt ieder jaar in de maand augustus een

paar duizend studenten als potentiële leden in de stad. Ik vind het dan ook jammer en verbazingwekkend dat adverteren in studentenmedia zo weinig gebeurt.”

“God zegen de greep is voor wat betreft de vier P’s”

Volgens Grooten maken adverteerders en budgetbeheerders een denkfout: iedere investering moet tegenwoordig direct terug te leiden zijn naar opbrengst of omzet. “Terwijl het juist de mix is die de kracht van je cam-



pagne bepaalt. Toen Google AdWords – nu Ads – zijn intrede deed, dachten veel marketeers en ondernemers dat dit de kip met gouden eieren was. Er kan er evenwel slechts eentje op één staan in de organische resultaten van Google.”

“Offline is nog steeds belangrijk”

Evenwichtige verdeling

Grooten pleit voor een evenwichtigere verdeling van het budget. En daarmee voor de inzet van meer variabelen in de P van Promotie. “Los van de vraag of je dat bepaalt als een percentage van de omzet of op gevoel. Laat ik bij het voorbeeld van de sportschool blijven. Als het jouw taak is om een marketingmix samen te stellen, is het raadzaam om je budget te verdelen over sponsoring van plaatselijke (sport)clubs, advertenties in lokale media, een stukje Ads, Facebook of Instagram en de lokale omroep. Dat is hoe je dit zou horen te doen. Bij veel bedrijven is die kennis afwezig. Die slaan er maar een slag naar.”

Kwestie van ethiek

Op basis van ‘gewoon’ adverteren valt geen respons te meten, behalve als je daar een qr-code bij de advertenties inzet. Via zo’n code komen bezoekers op een landingspagina terecht. “Met adverteren breng je dus als bedrijf niet alles naar Google, maar houd je ook wat investeringen binnen de regio. Dat is

wat mij betreft een kwestie van ethiek. Want dit is een andere, socialere manier van denken. Je houdt daarmee het geld in je eigen woonplaats. En daarvan profiteert iedereen in de directe omgeving.”

Crossmediale benadering

Cor van Suilichem, eigenaar van het Dodewaardse Van Suilichem Online, is voor veel opdrachtgevers werkzaam in de Vallei. Ondanks de focus op online activiteiten is ook hij overtuigd van de meerwaarde van een crossmediale benadering. “Offline is nog steeds belangrijk. Dat vormt in veel gevallen de basis. Een huisstijl, briefpapier, boarding rondom een sportveld: alles hoort een eenheid in de uitstraling te hebben. Via offline gaan mensen online zoeken. Het is nog altijd de combinatie die het ‘m doet.”

Doortimmerd communicatieplan

Uiteindelijk blijft het een kwestie van top of mind zijn volgens Van Suilichem. “En daar vormt offline communicatie, zoals: een mooi bord aan je gevel, reclame op je bedrijfsauto’s of een aantrekkelijk vormgegeven advertentie nog steeds een basisingrediënt. Offline brengt mensen naar online. Hier ligt altijd wel een goed doortimmerd communicatieplan aan ten grondslag.” Daarmee zien klanten je als specialist is de ervaring van Van Suilichem. “Durf je ook te beperken in wat je communiceert. Een lezer raakt de weg kwijt als je te veel in één boodschap wilt proppen.” Online zorgt voor meetbaarheid, offline is minder meetbaar. “Maar nog altijd van belang voor de branding. Online communicatie vormt het sluitstuk. Daar heb je wel een

ervaren communicatiebureau bij nodig om de keuzes voor het percentage inzet van offline en online communicatie te maken.”

Marketing helpt

De Edese ondernemer Albert Jager is eigenaar van ADHD2GO. Zij ontwikkelen eigen methodes om mensen opnieuw aan het werk te helpen. Het is de ambitie van alle vier de medewerkers om ‘op alle levensgebieden mensen lekker in hun vel te laten zitten’. “Marketing helpt ons daar zeker bij,” vertelt Jager. “Dat doen we door teksten slim in te zetten en een groot deel van onze aanwas komt door aanbevelingen en ouderwetse mond-tot-mondreclame. We zetten online tools als Facebook in en offline nemen we deel aan businessclubs en een maatschappelijk netwerk.”

Gespecialiseerd bureau

Mensen vinden ADHD2GO onder andere via Google, is de ervaring van de Edese ondernemer. “Daarnaast komt ons werk uit het Sociale Domein en via DM-campagnes via e-mail. We zijn aan het groeien. De volgende stap is een bedrijfsadviseur in de hand nemen met wie we aan productontwikkeling gaan werken. Dat vraagt om een nieuwe positionering. Daarvoor gaan we waarschijnlijk een gespecialiseerd bureau inhuren. We zijn gefocust op goede resultaten, want resultaat trekt resultaat aan. We werken voor de lange termijn en zijn gericht op duurzaamheid. Daar wordt iedereen gelukkig van: werknemers, werkgevers, collega’s partners en familie & vrienden.”

BINCX

- Produceert en monteert casco staal- en betonconstructies in de agrarische- en utiliteitsbouw. Met een team van gemotiveerde medewerkers, dat voortdurend innoveert op het gebied van efficiëntie, willen wij als organisatie op een zo duurzaam mogelijke manier, met veel respect voor mens, dier en milieu, bouwen aan een wereld die continu open staat voor veranderingen en schaalvergroting.



BINCX B.V.
De Bonkelaar 7
3774 SB Kootwijkerbroek

Tel: 0342 44 44 40
www.bincx.nl

DE HEIDEBROUWERIJ REAL CRAFT BEER - HOLLAND

Proef de
wildernis...
deheidebrouwerij.nl



FINANCIËLE ZAKEN

Alpina opent deuren naar doven en slechthorenden

Eerste financiële dienstverlener die toegankelijk is voor doven, slechthorenden en mensen met een spraakbeperking

Alpina is de eerste financiële dienstverlener die via Tolkcontact Telefonie van Berengroep bereikbaar is voor doven, slechthorenden en mensen met een spraakbeperking. Alpina hoopt het leven van de doelgroep - die dagelijks tegen problemen aanloopt omdat de samenleving niet op ze is ingesteld - hiermee iets te vergemakkelijken. Marc Diks van Alpina: 'Wij hebben inclusie en innovatie hoog in het vaandel staan. Daarnaast wil Alpina al haar klanten gewoon goed bedienen, of dat nou online, aan de telefoon of dichtbij en persoonlijk in de winkel is.'

Tekst en foto's: Redactie

Doven en slechthorenden die klant zijn of willen worden bij Alpina kunnen telefonisch contact opnemen met het bedrijf op de manier waarop zij dat willen: in gebarentaal, spraak of tekst. Met één knopdruk op de Alpina-website en zonder extra kosten bellen ze via een tolk, gebarentaal of met tekstondersteuning naar de financiële dienstverlener.

Beperkingen

Mensen die doof of slechthorend zijn en mensen met een spraak- of taalbeperking hebben volgens de wet recht op een gelijkwaardige behandeling. Toch lopen doven en slechthorenden in de praktijk dagelijks tegen beperkingen aan als het gaat om toegang tot informatie en communicatie. Denk aan een intercom bij de deur of een uitlegvideo op YouTube. Maaike van der Hagen van Berengroep, die wil bijdragen aan een samenleving die toegankelijk is voor doven, slechthorenden en mensen met een spraak- of taalbeperking, is dan ook blij dat

een grote partij als Alpina de samenwerking heeft gezocht en hoopt dat meer bedrijven en organisaties zich snel aansluiten.

Inclusie

Volgens Van der Hagen is de maatschappelijke discussie over inclusie en toegankelijkheid nog relatief jong. 'De wet die de Nederlandse Gebarentaal erkent, is bijvoorbeeld pas in 2021 ingevoerd ondanks een jarenlange lobby van onze kant.' De corona-uitbraak en de roep om een tolk tijdens de persconferenties gaven het laatste zetje naar de wetsinvoering, vermoedt Van der Hagen.

Alpina verzorgt bemiddelings- en adviesdiensten op het gebied van verzekeringen, hypotheek, financiële planning, pensioenen en makelaardij voor particuliere en zakelijke klanten. Het bedrijf wil haar cliënten helpen onbezorgd te wonen, ondernemen en leven. Alpina doet dat door financiële zekerheid te

bieden met een compleet pakket aan diensten en producten. De financiële dienstverlener is onderdeel van de Alpina Group, een adviesbedrijf met meer dan 80 vestigingen in Nederland en België, ruim 2.000 medewerkers en een serviceprovider voor meer dan 3.000 zelfstandige adviseurs.

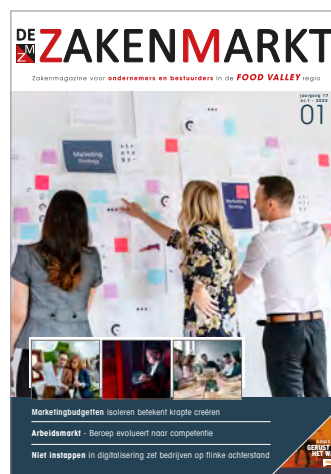


DE ZAKENMARKT

Zakenmagazine voor **ondernemers en bestuurders** in de **FOOD VALLEY** regio

Abonneer u op De ZakenMarkt!

De ZAKENMARKT FOOD VALLEY regio wordt in controlled circulation verspreid onder bedrijven met 4 medewerkers of meer in de 8 gemeenten van de Foodvalley regio. 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. **AKTIE:** In combinatie met een online vermelding in het online bedrijvenregister voor € 95,- ex btw.



WWW.DEZAKENMARKT.NL/ABONNEREN



Woondeal voor bouw van 25.000 woningen in Regio Foodvalley

Tot en met 2030 worden in Regio Foodvalley 25.000 woningen gebouwd. Dat staat in de ‘Woondeal Regio Foodvalley’ die op 8 maart jl. is ondertekend door minister Hugo de Jonge (Volkshuisvesting en Ruimtelijke Ordening), gedeputeerden Peter Kerris (Gelderland) en Rob van Muilekom (Utrecht), voorzitter René Verhulst van Regio Foodvalley en wethouders van de acht regiogemeenten. Het streven is om 66% sociale- en middenhuur- en betaalbare koopwoningen te bouwen.

Tekst en foto's: Redactie



Voorzitter Regio Foodvalley René Verhulst: “Wij weten, dat er veel behoefte is aan nieuwbouwwoningen in onze regio, vooral in het betaalbare segment. Wij hebben in de Woondeal Regio Foodvalley met Rijk en provincies afspraken gemaakt over de bouw van deze woningen en wat daarvoor nodig is, zoals geld voor goede bereikbaarheid (voor openbaar vervoer, fietspaden en wegen) en extra ambtenaren om snel bouwplannen te kunnen beoordelen en vergunningen af te geven. Wij zijn blij dat de afspraken zijn gemaakt en wij zetten ons als regiogemeenten in voor de bouw van deze nieuwe woningen.”

Vorig jaar september maakten de minister, provincie Gelderland en provincie Utrecht al afspraken over de bouw van deze woningen tot en met 2030. Samen met gemeenten en woningbouwverenigingen is dit de afgelopen maanden uitgewerkt in zes regionale woon-

deals in de provincie Gelderland. In deze woondeals staan onder andere afspraken over de aantallen woningen, de betaalbaarheid en de randvoorwaarden. In Regio Foodvalley wordt van de 25.000 woningen minimaal 56% in het betaalbare segment gebouwd. Dit is inclusief 28% sociale huur (tot € 763,- per maand). Deze woningen worden gerealiseerd in de gemeenten: Barneveld 5.380, Ede 7.000, Nijkerk 3.857, Renswoude 324, Rhenen 431, Scherpenzeel 841, Veenendaal 4.800 en Wageningen 2.750.

“Met deze woondeals kunnen we snel, duurzaam én betaalbaar woningen realiseren.”

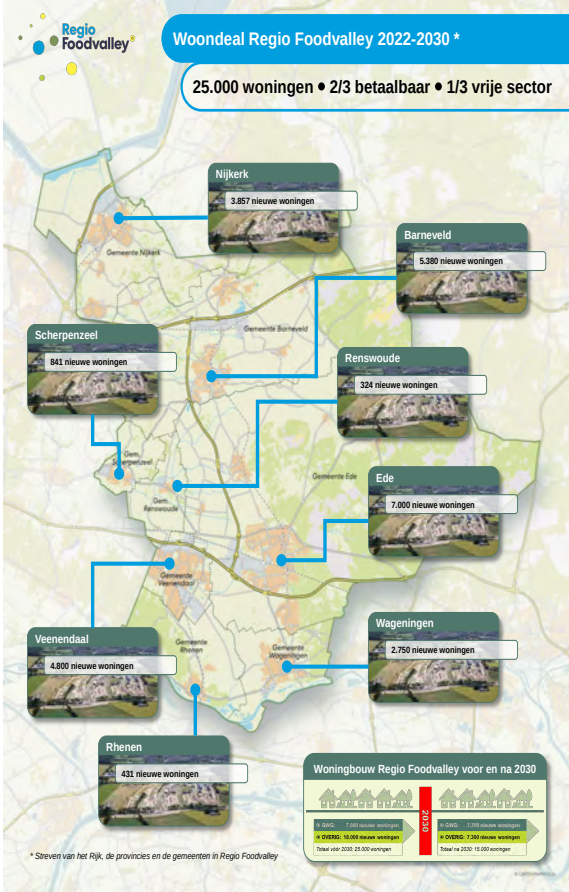
Kans op een betaalbare woning

Gelders gedeputeerde Peter Kerris: “De woningnood in Gelderland is hoog. Samen met Rijk, gemeenten en woningcorporaties versnellen we de woningbouw in deze provincie. We geven starters en doorstromers hiermee weer een kans op een betaalbare woning.” Utrechts gedeputeerde Rob van Muilekom: “In Utrecht zien we een groot tekort aan betaalbare woningen. Met deze woondeals kunnen we snel, duurzaam én betaalbaar

woningen realiseren. Zeker met de verwachte groei van het aantal inwoners van onze provincie is dit noodzakelijk. We kunnen dit niet alléén als provincie. Daarom moeten we in Regio Foodvalley samen met de provincie Gelderland en alle andere partners onze schouders eronder zetten en ervoor zorgen dat al onze inwoners een t(h)uis hebben in onze provincies.”

Betaalbaarheid

De woningcorporaties in de Foodvalley zijn blij met de Woondeal. “In onze begrotingen houden we al rekening met de bouw van ruim 8.500 woningen tot 2030”, schrijven zij in een ondersteuningsverklaring. Dat is ongeveer 30% van het totaal aantal huizen dat tot 2030 in Regio Foodvalley moet worden gebouwd. Marco de Wilde, woordvoerder namens de aangesloten woningcorporaties in Regio Foodvalley: “Ook in onze regio is de woningnood groot. Die grote ambitie kunnen we alleen realiseren als gemeenten en corporaties regionaal samenwerken.”



Toeren in Nijkerk met de Zonnebloemfiets

Albert Heijn Van Den Tweel schenkt nieuwe rolstoelfiets

Wie een fysieke beperking heeft waardoor fietsen op een gewone fiets niet mogelijk is, kan er in Nijkerk voortaan op uit met een Zonnebloemfiets.

Sinds kort staat er een hagelnieuw exemplaar bij verzorgingscentrum Sint Jozef

in Nijkerk, mogelijk gemaakt door Albert Heijn Van Den Tweel. De onderneming met

het Super Supermarkt keurmerk (SSK), laat hiermee wederom haar maatschappelijke betrokkenheid zien.

Tekst en foto's: Redactie



De Zonnebloemfiets is een elektrische rolstoelfiets waarmee een vrijwilliger en een deelnemer met een lichamelijke beperking – al dan niet in een rolstoel – samen op pad kunnen. De speciaal ontwikkelde fietsen zijn extra stevig om het gewicht van iemand in een rolstoel te kunnen dragen zonder instabiel te worden. Er zijn vier verschillende modellen. De Nijkerkse Zonnebloemfiets is een Veloplus, waarbij de rolstoelgebruiker in de eigen rolstoel blijft zitten. Vrijwel elke handbewogen rolstoel kan eenvoudig het kantelbare plateau oprijden en worden vastgezet.

Reserveren en meer informatie

Neem contact op met Zonnebloemafdeling Nijkerk-Nijkerkerveen via zonnebloem.nl/nijkerk of verzorgingscentrum Sint Jozef om de fiets te reserveren. U betaalt een vergoeding van € 5,- voor een dagdeel en € 10,- voor een hele dag. Haal de Zonnebloemfiets op bij het afgiftepunt en ga eropuit. Op zonnebloem.nl/zonnebloemfiets leest u meer over de Zonnebloemfiets.

Supermarkt Keurmerk

Ruim 260 supermarkten in Nederland hebben het Super Supermarkt Keurmerk.

Het SSK is ontwikkeld door brancheorganisatie Vakcentrum Levensmiddelen in samenwerking met kennisorganisatie TNO. Ondernemers die het keurmerk ontvangen, hebben bewezen dat ze zich onderscheiden door hun duurzame keuzes op tal van terreinen: hun extra inzet voor de buurt en bewoners, hun relatie met en de omstandigheden van de medewerkers, maar ook veiligheid, energiebesparing, afvalreductie, assortiment, transport en logistiek. Behalve de bereidheid van de gecertificeerde ondernemingen om bij te dragen aan rolstoelfietsen voor de Zonnebloem, is er ook een samenwerking met de nationale vereniging ontstaan op het gebied van toegankelijkheid voor en bejegening van mensen met een lichamelijke beperking.

Nationale Vereniging de Zonnebloem

De Zonnebloem verrijkt de levens van ruim 90.000 mensen met een lichamelijke beperking. Al meer dan zeventig jaar maakt de vereniging bezoeken aan huis, dagjes uit en aangepaste vakanties mogelijk. Zo'n 30.000 vrijwilligers zijn actief in vrijwel elke wijk, dorp en stad in Nederland. De vereniging streeft naar een samenleving, waaraan mensen met een lichamelijke beperking zorgeloos en vanzelfsprekend kunnen deelnemen. De Zonnebloem zegt niet voor niets: ‘Er kan zoveel meer dan je denkt’.





DEKKER
Services

- Logistiek
- Industrie
- Techniek
- Zakelijke dienstverlening

WERVING & SELECTIE

T 0318 754 811
www.dekkerservices.nl

T 0341 413 184
www.dekkerservices.nl

Marconistraat 8, 6716 AK Ede
ede@dekkerservices.nl

Galvanistraat 15,
3846 AT Harderwijk (1e etage)
harderwijk@dekkerservices.nl

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 **netwerkmaking** 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

Op zoek naar nieuwe klanten?

Ontvang bedrijfselecties voor een scherpe prijs !

De Data Miner BV
Leverancier bedrijfsinformatie & specialist op informatiegebied

www.datam.nl 024-73 70 470

SAMEN IN ACTIE VOOR OEKRAÏNE

GIRO555.NL

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 FoodValley 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
- Leidingssystemen
- Persluchtgereedschap
- Persluchttechniek

AIRHOUSE.NL

MILJOENEN MENSEN UIT OEKRAÏNE OP DE VLUCHT

Uw hulp is nu nodig



Doneer via unhcr.nl

UNHCR

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

RESELLERS BUSINESS

✓ Nieuwssite ✓ Social Media

www.resellersbusiness.nl

[in](https://www.linkedin.com/company/resellersbusiness) [@ResellersBis](https://twitter.com/ResellersBis)

© resellersbusiness.nl is een merknaam van J&Z Media Services.



Beroep evolueert naar competentie

Arbeidsmarktkrapte: werkgevers moeten 'levenslang leren' stimuleren

Door technologische vooruitgang, wetenschappelijke ontdekkingen en veranderende consumentenbehoeften is de huidige arbeidsmarkt behoorlijk op hol geslagen. Klimaat, technologie en vergrijzing zijn slechts een paar invloeden op de arbeidsmarkt in de nabije toekomst. De 21ste eeuwse eisen die op de arbeidsmarkt worden gevraagd vormen een enorme uitdaging. De impact van evoluties in de samenleving en de economie op banen is zonder twijfel hoog. Dit heeft belangrijke gevolgen voor de vaardigheden die nodig zijn om inzetbaar te zijn én te blijven. Bedrijven hebben volop banen gecreëerd, maar ze vinden niet de mensen om die in te vullen. In plaats van ‘werk, werk, werk’, roepen we nu: ‘mensen, mensen, mensen’ ... Wat wordt de koers voor de komende jaren?

Tekst en foto's: Redactie

Ondernemingen en organisaties zoeken personeel. Al geruime tijd blijven talloze vacatures open staan. Met de vergrijzing en de daarmee gepaarde uitstroom uit de arbeidsmarkt voorzien alle kenners dat de krapte zal aanhouden, zelfs als het economisch iets slechter zal gaan. Afgelopen jaar nam aantal banen toe met 260 duizend naar ruim 10,4 miljoen banen. De komende jaren zullen naar verwachting meer dan 1 miljoen vacatures ontstaan en het aantal banen neemt dit jaar verder toe naar 10,6 miljoen. Werkgevers gaven in een enquête aan dat bijna de helft van hun vacatures moeilijk vervulbaar was.

Werkgevers in de bouw hebben het hoogste percentage moeilijk vervulbare vacatures en ook werkgevers in de zorg, welzijn en publieke dienstverlening staan te springen. En er is veel meer krapte. In de top 15 staan beroepen in de techniek, vervoer en logistiek (zoals chauffeurs, transportplanners en logistiek medewerkers en ICT (software- en applicatie-ontwikkelaars, databank- en netwerkspecialisten).

Wie kan de arbeidsmarkt komen versterken? En wat is daar voor nodig?

Beroep' evolueert naar 'competentie'

Voorheen was het veel eenvoudiger: je leerde tot je 18 of 22 was. Daarna was het gedaan met leren. Toen leerde je een vak, een beroep, zoals boekhouder of ingenieur. Je werd metaalbewerker of advocaat. Vervolgens ging je werken tot aan je pensioen in dat beroep. Simpel. Leren en werken waren twee duidelijk gedefinieerde begrippen en gescheiden werelden. Die sferen zijn nu vervaagd. Banen evolueren constant en zullen over vijf jaar niet meer dezelfde zijn als vandaag. Er wordt in elk geval verwacht dat je je competenties verruimt en je capaciteiten ten volle benut.

De arbeidsmarkt heeft veel minder behoefte aan ‘beroepen’, maar des te meer aan ‘competenties’. En de aard van die competenties verandert bijna permanent. Denk maar aan de digitalisering: die heeft een belangrijke impact op de arbeidsmarkt, maar dan vooral op de verwachte competenties. Bij levenslang leren komt het erop aan om iemands persoonlijke competenties te matchen met de competenties die werkgevers vragen en dat dan een heel leven lang.

Levenslang leren

Werkgevers hebben er alle belang bij om levenslang leren te stimuleren. Uit een recent onderzoek van Randstad (2022) blijkt bijvoorbeeld dat een kwart van de werknemers het cruciaal vindt om bij een toekomstige werkgever opleidingen te kunnen volgen. Werkgevers kunnen met hun opleidingsaanbod dus nieuwe werknemers aantrekken, wat een grote troef is in tijden van arbeidsmarktkrapte. Maar levenslang leren is mogelijk ook om andere redenen van belang.



Inspelen op arbeidsmarkt

Hogescholen nemen hun verantwoordelijkheid om goed in te spelen op ontwikkelingen op de (inter)nationale arbeidsmarkt (op korte en lange termijn), juist ook om de emancipatiefunctie van het hoger beroepsonderwijs te borgen, daarbij rekening houdend met de keuzevrijheid van studenten. Dit is een uitdagende opdracht. Leven Lang Ontwikkelen en de daarmee samenhangende flexibilisering zijn hierbij belangrijke instrumenten. Om die reden werken hogescholen aan een doorbraak op Leven Lang Ontwikkelen.

Duaal leren

Afgelopen september werd traditioneel het startschot gegeven voor het nieuwe school- en academiejaar. Voor veel jongeren is dit

“Werkgevers kunnen met hun opleidingsaanbod dus nieuwe werknemers aantrekken, wat een grote troef is in tijden van arbeidsmarktkrapte”

altijd weer een spannende tijd. Maar ook een belangrijk moment. Nieuw talent dat klaargestoomd wordt voor de arbeidsmarkt klinkt voor ondernemers als muziek in de oren. De krappe arbeidsmarkt en vergrijzende bevolking maakt dat we alle krachten nodig hebben. Het onderwijs heeft dus de sleutel in handen om een deel van de uitdagingen van de arbeidsmarkt te overwinnen. Om te beginnen moeten het zogenoemde ‘duaal leren’ en ‘levenslang leren’ de nieuwe standaard worden. Duaal leren is een opleidingsvorm waarbij leren op school en in een onderneming wordt gecombineerd. Hier en daar

bedrijven helpen stimuleren. Sociaal-economische ontwikkelingen zoals de nationale economische groei en de uitbreiding van het onderwijs zullen nieuwe kansen creëren voor bedrijven. De huidige ontwikkeling naar een groenere economie betekent ook dat er vooruitgang zal worden geboekt op het gebied van groene technologie. Bedrijven zullen noodzakelijk sneller overgaan tot het gebruiken van meer technologie. Over een paar jaar zal waarschijnlijk meer dan 80 procent van de ondernemingen gebruikmaken van het analyseren van gebruikers en big data. Hetzelfde geldt voor nieuwe technologieën. Eén van de grote toekomstige trends is de toenemende investering in machinaal leren, toegevoegde werkelijkheid en virtuele werkelijkheid.

Minder werkuren?

Bijna de helft van de bedrijven verwacht dat automatisering zal leiden tot een vermindering van hun voltijds personeel. Anderzijds gaat ongeveer de helft ervan uit dat hun personeelsbestand zal toenemen door nieuwe functies die de productiviteit verhogen. Meer dan een kwart verwacht dat automatisering zal leiden tot het scheppen van volledig nieuwe soorten banen binnen hun bedrijf. Naarmate de technologie geavanceerder wordt, zal het gebruik van verschillende soorten machines op de werkplek alleen maar toenemen. De verhouding tussen de werkuren van de mens en de werkuren van de machines verschuift van respectievelijk 71/29 naar 58/42 procent. Onder meer op gebieden als redenering, besluitvorming en administratie zullen machines naar verwachting actiever worden. In de praktijk kan het gebeuren dat we minder uren kunnen gaan werken en méér vrije tijd krijgen. Geen gek idee, want werk-stress en burn-out zijn volksziekten aan het worden. Met een hoog ziekteverzuim als gevolg. Maar dit betekent ook dat er méér vraag komt voor allerlei dienstverlenende taken.

“Bedrijven zullen noodzakelijk sneller overgaan tot het gebruiken van meer technologie”

Technologie stimuleert bedrijven

Onzekerheden in de geo-politiek zullen blijven bestaan. Niettemin valt de vooruitgang niet te stuiten. Vier belangrijke technologieën – mobiel snel internet, kunstmatige intelligentie (AI), analyse van big data en cloud-technologie – zullen de komende jaren een nieuwe betekenis krijgen en de prestaties van

komende jaren over een toenemende vraag kunnen verheugen. Maar ook naar profielen die gebaseerd zijn op meer traditionele, zachte vaardigheden (bijvoorbeeld communicatie en onderhandelingen), zal vraag zijn. Denken we maar aan medewerkers voor de klantenservice, verkoop- en marketingpersoneel en specialisten op het gebied van opleiding en ontwikkeling.

Bovendien zal door de technologische vooruitgang een aantal nieuwe specialistische functies ontstaan, zoals specialist op het gebied van kunstmatige intelligentie en machinaal leren, robotica-ingenieur en analist op het gebied van informatiebeveiliging. Ook in de zich ontwikkelende groene industrie en de zorgsector zullen naar verwachting nieuwe soorten banen ontstaan en zal er een grotere behoefte aan arbeidskrachten zijn.

Vaardigheden

Om alle nieuwe functies te kunnen vervullen, zullen nieuwe vaardigheden nodig zijn.

De volgende generatie werknemers zal deze vaardigheden waarschijnlijk meekrijgen tijdens hun opleiding, maar bestaande werk-

nemers zullen moeten worden omgeschoold (opnieuw opgeleid in vaardigheden die door moderne bedrijven worden gevraagd) en bijschoold (aanvullende vaardigheden leren). Naar verwachting zal meer dan de helft van alle werknemers aanzienlijke omscholing of bijscholing nodig hebben. Sommige van deze vaardigheden zullen specifiek zijn voor bepaalde technologieën, maar er zal ook steeds meer behoefte zijn aan ‘menselijke’ vaardigheden zoals creativiteit, originaliteit, overtuiging en onderhandeling. Er zal echter ook nog steeds duidelijk plaats zijn voor meer traditionele, ‘menselijke’ vaardigheden naarmate de 21e eeuw vordert. Daarin liggen grote kansen, zowel voor werknemers als voor bedrijven.

Minder Flex, meer vast

Werkgevers zullen alles uit de kast moeten halen om mensen binnen de poort te krijgen en te houden. Dat is van doorslaggevend belang om het bedrijf effectief draaiende te houden. Onzekerheden en risico's zetten een rem op verdere groeikansen. Extra stress voor werkgevers die de toekomst zien gloren maar twijfelen wat te doen. De Wet Arbeidsmarkt in Balans (WAB) beoogt soelaas te bieden. Uitgangspunt van de WAB is dat het

soort werk bepalend moet zijn voor de contractvorm die de werkgever kiest. Flexwerk blijft mogelijk, maar wordt wel duurder omdat werkgevers meer premie moeten betalen voor flexwerkers dan voor vaste werknemers. Ontslag wordt iets eenvoudiger en ook wat goedkoper. Zo hoopt het kabinet werkgevers te verleiden om werknemers een vast contract te geven.

De Eerste Kamer heeft het kabinet nu wel extra aangespoord om hiernaast snel met voorstellen te komen om ZZP-ers aan de onderkant van de arbeidsmarkt te beschermen, bijvoorbeeld door het tegengaan van schijnzelfstandigheid.

Vaste dienst aantrekkelijker

Nu letten werkgevers vooral op kosten en risico's van werknemers. Flexwerk heeft een enorme vlucht genomen, maar leidt wel tot ongelijke kansen op de arbeidsmarkt. De WAB wijzigt daarom het arbeidsrecht en de berekening van premies, waardoor de verschillen tussen vaste en flexibele krachten kleiner worden. Zo wordt het aantrekkelijker om mensen in vaste dienst te nemen en krijgen werkenden meer zekerheid.

Meer gezonde medewerkers leveren u meer winst!



Pijn in uw nek, rug of schouders. Zit u of uw medewerker niet goed achter het beeldscherm. Tillen uw medewerkers verkeerd? Dit kan leiden tot klachten of uitval. Een werkplekonderzoek helpt uw medewerkers van de klachten af door concrete adviezen.



Een stoelmassage is een heerlijk ontspannende en activerende massage van hoofd, rug, nek, schouders, armen en handen. De massage werkt preventief bij spanning als gevolg van bijvoorbeeld stress of een niet optimale werkhouding.



Hoe laat je medewerkers daadwerkelijk veilig en gezond werken. Zij zijn zich vaak niet bewust van risico's of gaan hier te makkelijk mee om. Gedragsverandering door gerichte voorlichting, instructie of trainingen over bijvoorbeeld Tillen, Beeldschermwerk.

Arboworld is een ergonomisch adviesbureau en helpt u bij het verbeteren van arbeidsomstandigheden, verlagen van ziekteverzuim, veilig en gezonder werken.

Nieuwsgierig hoe wij u kunnen helpen? Kijk op www.arboworld.nl of neem direct contact op:

info@arboworld.nl
06 – 513 875 69





Tom Baerends & Ewout den Ouden

Goed onderhoud is het halve werk

Bovenstaande uitspraak is voor iedereen helder als het gaat om bijvoorbeeld je auto. We gaan immers trouw om de zoveel kilometer naar de garage voor een onderhoudsbeurt en ook de APK-keuring kennen we allemaal. Zo blijf je veilig alle kilometers rijden en voorkom je dat je met autopech langs de weg komt te staan.

Ook voor je bedrijfspand of woning heb je een onderhoudsplan. Al is deze vaak minder scherp dan de kilometer-interval van je auto. Maar je weet uit ervaring dat met bijvoorbeeld goed schilderwerk het houtwerk langer meegaat.

Hoe zit het dan eigenlijk met je bedrijfs- of vastgoedfinanciering? Kijk je na het afsluiten daar nog wel eens naar om? Onderhoud je de relatie met de financier? Of gaan alle documenten in de bureaula tot je een nieuw rentevoorstel ontvangt?

De vraag stellen is hem ook beantwoorden. Door de steeds verdergaande automatisering is de rol van de accountmanager van de bank overgenomen door websites, chatboxen of de app op je telefoon. Vaak ben je de naam van je contactpersoon bij de bank vergeten en als er iets speelt, weet je niet meer bij wie je moet zijn.

Daarom zijn wij er trots op dat wij ondernemers nog steeds aan de spreekwoordelijke keukentafel een goed en eerlijk advies geven vanuit een persoonlijke relatie. Het financieringslandschap is door het grote aantal geldverstrekende partijen ondoorzichtig geworden. Maar door onze kennis van de markt en de verschillende financieringsoplossingen weten we de juiste weg te vinden.

Dus kom gerust een keer langs voor een kop koffie, dan bespreken we samen wat we voor jou kunnen doen. Want ook bij een financiering geldt dat door goed en regelmatig onderhoud jouw lening blijft aansluiten op je persoonlijke situatie.

Financieringsgilde Ede - Veenendaal

Lunet 2, 3905 NW Veenendaal

Tom Baerends

06 302 621 26

tbaerends@financieringsgilde.nl

Ewout den Ouden

06 835 707 04

edenouden@financieringsgilde.nl

FINANCIERINGS
GILDE
inzet en voor financiering

Startersevent Veenendaal



De gemeente Veenendaal organiseert op 19 april 2023 van 17:00 – 22:30 uur het jaarlijkse startersevent. Het startersevent is een interactief event voor recent gestarte ondernemers en voor diegene die erover denkt om voor zichzelf een onderneming te gaan starten. Wat biedt het startersevent:

- Workshops over geldzaken, marketing van je eigen onderneming en een goede kickstart van je onderneming
- Een informatiemarkt waar je informatie en advies vindt voor en over je eigen onderneming
- De mogelijkheid om te netwerken met collega starters
- Een leuk event waar je als startend ondernemer of met plannen voor een eigen onderneming antwoorden vindt op je vragen

Wilt u hier met een stand aanwezig zijn?

Als dit uw doelgroep is, dan kunt u zich als standhouder aanmelden door een mail te sturen naar @veenendaal.nl.

Als BOV zijn wij er ook weer bij!

Waar vindt het event plaats?

Het gemeentehuis van de gemeente Veenendaal,

Raadhuisplein 1, 3901 GA Veenendaal

Wanneer en vanaf hoe laat tot hoe laat is het event?

Het event is op 19 april en start om 17.00 uur met een lopend buffet. Het event duurt tot 22.30 uur.

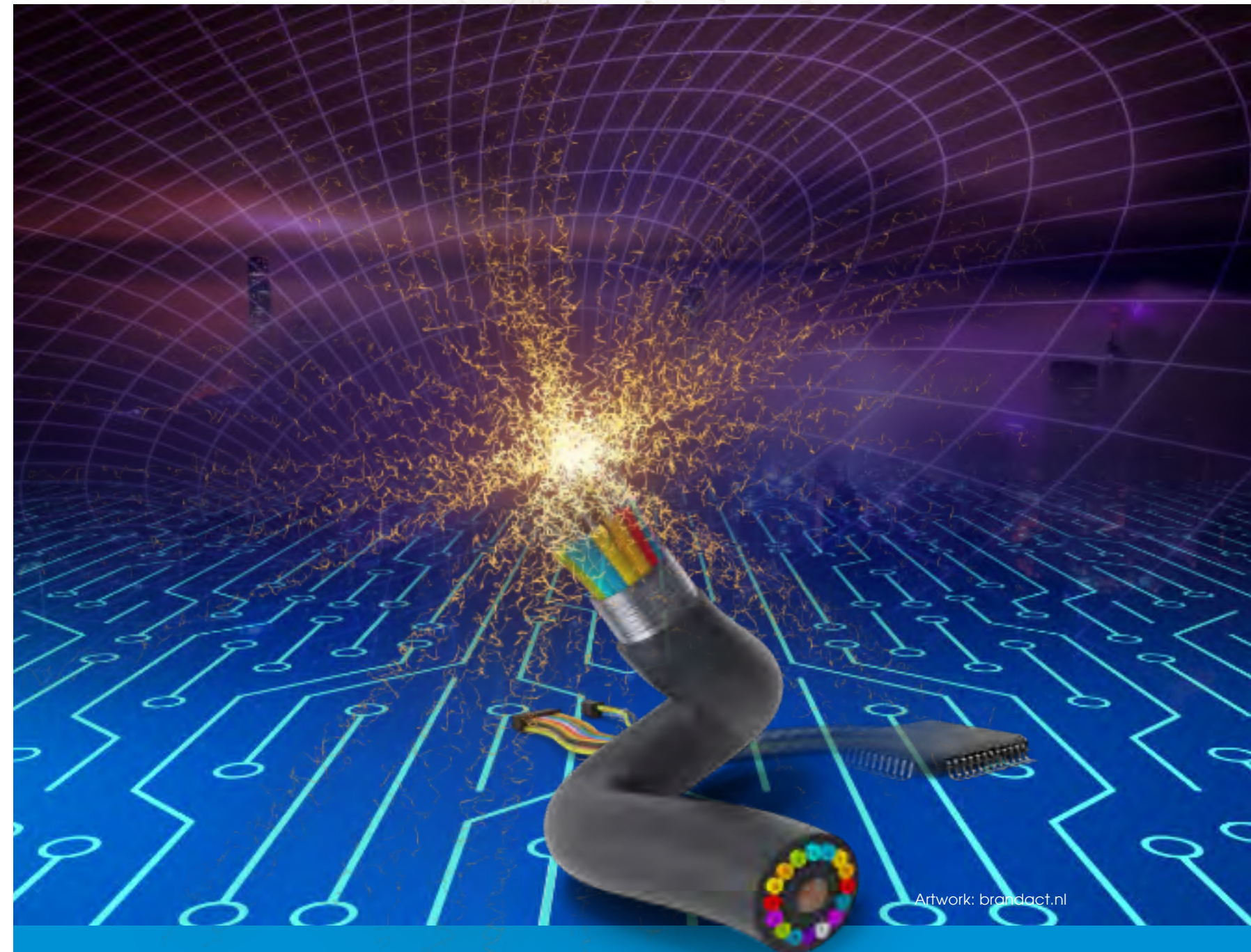
Voor wie is het event?

Het event is voor ondernemers die de afgelopen twee jaar zijn gestart met hun onderneming en voor diegene die erover denkt om een onderneming te starten en op zoek is naar informatie en advies.



ICT-MARKT

Informatief Katern over ICT & Telefoonie voor ondernemers en bestuurders in de **ICT-Valley**



Artwork: brandact.nl

Grootste editie **Digital Days** in 7-jarig bestaan

València de hotspot voor tech startups en investeerders

Data vormt een cruciale factor

Cloudwerken is het 'nieuwe normaal'



Grootste editie Digital Days in 7-jarig bestaan

Ruim vijfhonderd leerlingen uit de Regio Foodvalley kwamen op 10 en 11 februari 2023 bijeen voor de Digital Days in De Basiliek in Veenendaal. Met het centrale thema 'Food & Tech' gingen scholieren van het voortgezet onderwijs (vmbo, havo en vwo) aan de slag met diverse vraagstukken en volgden zij workshops in carrouselvorm. Ook werd er door game-enthousiastelingen vierentwintig uur in groepsverband gegamed. De Digital Days wordt georganiseerd om jongeren te enthousiasmeren voor een opleiding en carrière in IT en techniek.

Redactie ICT Valley

Vijfhonderd deelnemers aan Tech Day

De start van het tweedaags evenement startte vrijdagochtend met de techday. De leerlingen werden de dag door geloodst door onze enthousiaste presentatoren Klaas van Kruistum en Jelle Drijver. De vmbo scholieren doorliepen een divers carrouselprogramma; van een virtual reality experience en programmeren tot het bouwen van een elektromotortje en nog veel meer.

Bjorn Verberk van TechTron gaf een presentatie en ging in op de concrete toepassingen van digitale technieken in de Foodindustrie. Hij gaf hierbij voorbeelden van een rijstwafelproducent in Veenendaal. Ook Rens van der Vorst, zelfbenoemd 'techfilosoof', gaf een presentatie over hoe om te gaan met alle digitale ontwikkelingen en ethiek.

De havo en vwo scholieren zijn aan de slag gegaan met het oplossen van een casus van Moba B.V. Dit resulteerde in fantastische, technologische en creatieve oplossingen.

De vakkundige jury bestond uit Lammert Vinke, Manish Dixit, Rens Vlaar en Jan Kleijbergen. Het winnende team ontving van de jury de Tech Day Trophy 2023 en een mooie prijs van The Maxx Veenendaal.



Vierentwintig uur gamen voor mooie prijzen

's Middags startte de vierentwintig uur durende Game Battle, hier heeft ProjectLan de technische infrastructuur voor aangelegd o.a. het gigabit netwerk, WAN connectiviteit & optimalisatie en videostreaming. De Game Battle eindigde met een spannende Mario Kart Live finale. De Game Battle en diverse competities werden van commentaar voorzien door presentator Sjors Noordsij. De winnaar van de Game Battle is Eward van Engelenburg. Hij was de beste gamer en ging naar huis met de Game Battle Trophy en een curved monitor t.w.v. €199,-.

Met dank aan alle sponsors

De hoofdsponsor van het beroepsoriënterende techniekevenement is Info Support. Info Support is specialist in het ontwikkelen van hoogwaardige softwareoplossingen en leidend op het gebied van kunstmatige intelligentie (AI), Cloud architectuur, Managed Services en IT-trainingen. Daarnaast wordt de Digital Days ondersteund door diverse andere partners zoals: Info Support, HSO, S for Software, One4marketing, Technova, CHE, Gemeente Veenendaal, ICT Campus, ICT Valley, Regio Foodvalley, Aeres, Het Streek College, CLV, Het Perron, Ichthus College en Rembrandt College.



Dit is waarom València de nieuwste hotspot is voor tech startups en investeerders

Met het hoogste aantal startups per hoofd van de bevolking mag València zich met recht de startup-powerhouse van Zuid-Europa noemen. The Next Web (TNW) verbindt zich aan het tech-ecosysteem van Valencia door investeerders en startups op 30 & 31 maart samen te brengen op TNW València.

Tekst en foto's: Redactie

València kent het snelst groeiende ecosysteem voor ondernemers in Spanje. De regio heeft het hoogste aantal startups per hoofd van de bevolking, met de wijk La Marina als kloppend hart van innovatie. Dit positieve ondernemingsklimaat is het resultaat van een combinatie van factoren:

- De regio bruist van talent, met een grote pool aan ervaren engineers met gevoel voor ondernemerschap;
- València kent een positief klimaat als het gaat om regelgeving en bestuur;
- Het stadsbestuur is zeer actief betrokken en maakt programma's als València Activa, VLC Tech City, Invest in València en VIT Emprende mogelijk.

De gunstige omstandigheden hebben ook de belangstelling van investeerders en stakeholders getrokken: investeringen in startups uit València stegen van 58,5 miljoen euro in 2021 tot 73 miljoen euro in 2022. "Een hele reeks aan internationale investeerders, van bedrijven tot VC of PE fondsen, beschouwt Spanje als een uitstekende investeringsbestemming met veel mogelijkheid tot opschalen", zegt Christoph Morvan, Managing Partner van de wereldwijde techinvesteringensbank Drake Star.

TNW, de drijvende kracht achter het toonaangevende tech festival The Next Web Conference, wil de groei van de Spaanse tech sector verder stimuleren. Myrthe van der Erve, CEO van TNW: "Met meer dan 1.035 startups, 100 verschillende investeerders en meer dan 170 bedrijven is València een broeinest voor talent. TNW is graag daar waar de 'next-in-tech' is en dit zien we nu gebeuren in deze stad. Daarom hebben we València gekozen als eerste locatie voor onze conferentie in het Middellandse Zeegebied."

Lokale lessen, wereldwijde sprekers

Met TNW València brengt de conferentie meer dan 75 internationale investeerders, startups, bedrijven, overheden en techliefhebbers samen. Het festival weerspiegelt de actualiteit met meer dan 95 sprekers. Duurzaamheid, AI en deep tech krijgen veel aandacht, evenals succesverhalen van Valencianse change-makers.

Opvallende sprekers zijn:

- **Alex Roca, duursporter en ambassadeur van de FC Barcelona Foundation.** Ondanks beperkingen door hersenverlamming heeft Roca deelgenomen aan meerdere triatlons en wedstrijden zoals de Titan Desert Race. In zijn lezing gaat hij in op het belang van het creëren van

een winnaarsmentaliteit en het herdefiniëren van veerkracht.

- **Miguel Ángel Leal, Chief Technology & Innovation Officer bij LaLiga.** Hij heeft meer dan 25 jaar ervaring in de Telecom & IT markt, met een focus op Enterprise B2B. Hij werkte ondermeer voor Huawei en Teldat. Op de conferentie zal hij inzichten delen over hoe je jezelf kunt positioneren voor succes op lange termijn door middel van corporate-startup partnerships.
- **Jen Carter, Global Head of Technology bij Google.org.** Waar ze alle pro bono-inspanningen van Google leidt. Carter werkt al meer dan 14 jaar bij Google. Tijdens TNW València laat ze zien hoe je technologie kan inzetten om nieuwe benaderingen te vinden om de grootste uitdagingen van de mensheid op te lossen.

Startups voorbereiden op succes

TNW València verwacht meer dan 2000 bezoekers en heeft meer dan honderd sessies op het programma staan, naast pitch battles, sector spotlights en een vloer vol beursstands.





De onmiskenbare afhankelijkheid van ICT (Informatie, Communicatie en Technologie) vraagt om een goede en veilige aanpak. Voor een vast bedrag per maand kan dit tegenwoordig worden gerealiseerd.

Ons kantoor is 'zeewaardig'. Een 'zee' aan ruimte die onze doelstelling symboliseert: rust, vertrouwen en ontspanning bieden aan onze klanten doorheen letterlijk het complete ICT-functioneren uit handen te nemen. Bijna alle bedrijven staan stil zonder werkende ICT: dat kost tijd én geld. Wij zorgen ervoor dat het systeem werkt. Dat moet net zo vanzelfsprekend zijn als water dat uit de kraan komt.



ICT'er van de toekomst?

Associate degree ICT Service Management

De ICT'er van de toekomst? Dat is iemand die technische vaardigheden combineert met inzicht in bedrijfsprocessen en sterke sociale vaardigheden. Juist voor die mens kant is veel aandacht in de Ad-opleiding ICT Service Management aan de CHE. Hierdoor kan jij straks ICT-oplossingen ontwikkelen die

aansluiten bij wensen van gebruikers en organisaties écht verder brengen.

ICT studeren in deeltijd?
Start dan in september met de tweejarige Associate Degree-opleiding ICT Service Management (Deeltijd).



Kijk op [CHE.nl/ad-ict](https://www.che.nl/ad-ict) voor meer informatie

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.

Please forget me!

Vergeten worden. Dat is in Europa een recht geworden. Juist in een tijd waarin (vooral) online zichtbaar zijn steeds belangrijker is geworden. Waarom zou je vergeten willen worden? Vergeten worden en zichtbaar zijn lijken op het eerste gezicht tegenstrijdig.

In de huidige geglobaliseerde wereld wordt veel informatie verwerkt. Informatie die steeds sneller voor een steeds groter publiek gemakkelijk bereikbaar is. Google heeft hiervan zelfs haar missie gemaakt: "Het is onze missie om alle informatie ter wereld te organiseren en universeel toegankelijk en bruikbaar te maken." Maar stel dat er een onjuistheid in die informatie staat? Iemand publiceert bijvoorbeeld ten onrechte negatieve referenties. En dat soort informatie kan 'een eigen leven gaan leiden'. Moet je wat met dit soort situaties? Kan je er überhaupt wat mee?

Uiteraard mag je geen informatie verspreiden die onwaar is en een ander beschadigt. Dat is onrechtmatig handelen. De wetgever geeft dan mogelijkheden om rectificatie te claimen (naast een schadevergoeding). Maar wat als onjuiste informatie al 'een eigen leven is gaan leiden' voordat rectificatie plaats vindt. De informatie is bijvoorbeeld al verspreid via mediakanalen en vindbaar via (bijvoorbeeld) Google. Wat dan? Grote kans dat - ondanks de rectificatie - de onjuiste informatie vindbaar blijft.

Het 'recht om vergeten te worden' kan in dit soort gevallen behulpzaam zijn. Het recht van vergetelheid ('gegevenswissing') staat sinds 25 mei 2018 opgenomen in de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). Het gaat daarbij wel om 'persoonsgegevens', dus gegevens die - kort samengevat - te herleiden zijn tot een (natuurlijke) persoon. Als de informatie over een BV gaat geldt de AVG niet. Het recht van gegevenswissing kan ontstaan in diverse gevallen. De AVG noemt bijvoorbeeld de situatie dat gegevens onrechtmatig zijn verwerkt (zonder dat het is toegestaan persoonsgegevens verzamelen). Of iemand heeft wel toestemming gegeven, maar die later ingetrokken. De verwerker is dan gehouden om de gegevens te wissen als u daar om verzoekt.

Maar toch is dat niet altijd vanzelfsprekend. Er zijn uitzonderingen. Ook al heeft de gepubliceerde informatie soms grote impact op iemands persoonlijke leven. Een voorbeeld in de rechtspraak is een bestuurder van een failliete onderneming. Deze bestuurder werd na het faillissement aansprakelijk gehouden voor (en veroordeeld tot betaling van) de restschuld van de failliete onderneming. De bestuurder in kwestie was werkzaam geweest in de financiële wereld en wilde daar op termijn in terugkeren. Via Google Zoeken vond deze bestuurder allerlei url's naar faillissementsverslagen en artikelen over zijn rol in het faillissement. Desgevraagd wilde Google deze gegevens niet wissen.

In de procedure die daarop volgde werd de claim om diverse url's te wissen uit de zoekresultaten afgewezen. De rechter overwoog dat de informatie zag op de beroepsmatige activiteiten van de persoon in kwestie, niet zijn privéleven. Door de wijze waarop hij zich had gedragen, had hij van zichzelf een publieke persoon gemaakt.



mr. Arie Heijink

de Advocaat

Door zijn strafrechtelijke en civielrechtelijke veroordelingen in faillissementszaken had de media aandacht gekregen voor zijn zakelijke activiteiten. De rechter overwoog dat dergelijke misstanden ook actuele maatschappelijke thema's zijn, waarvoor grote publieke belangstelling bestaat. De rechter volgde Google dan ook haar stelling, dat het publiek groot belang heeft bij toegang tot de informatie achter de onderhavige zoekresultaten. Juist ook, omdat de bestuurder in kwestie aangegeven had weer te willen terugkeren in de financiële wereld. In de belangenafweging die de rechter maakte, woog het persoonlijke belang van de bestuurder veel minder zwaar dan het recht van het publiek om de informatie te kunnen vinden via Google Zoeken. Anders gezegd overwoog de rechter: 'wie zijn billen brandt moet op de blaren zitten'.

Maar stel dat er geen sprake zou zijn geweest van een veroordeling? Dan is van groot belang dat geen onjuiste informatie wordt verspreid. Om de schade te beperken is juist dan van groot belang dat onjuiste informatie niet (langer) vindbaar is. Grip krijgen op media uitingen in relatie tot uw persoon (en ook uw business) is dan ook belangrijk. En in bijvoorbeeld handels- en arbeidsovereenkomsten kunt u ook afspraken maken of en de wijze waarop iemand zich over u (w business) mag uitlaten in (social) media. Voorkomen is immers beter dan genezen.

Kijk op onze website: www.heijinkenmeure.nl om meer te lezen over het recht op vergetelheid.

Arie Heijink is advocaat en partner
bij Heijink & Meure advocaten

Heijink & Meure advocaten
(0318)571682
www.heijinkenmeure.nl

© mr. A. Heijink





Niet instappen in digitalisering zet bedrijven op flinke achterstand

Data vormt een cruciale factor

De afgelopen jaren zagen we een enorme versnelling van de digitalisering. Zowel bedrijven als consumenten ontdekten massaal de talloze extra mogelijkheden van 'on line'. De coronacrisis blijkt de grootste digitale training ooit te zijn geweest. Een digitale stroomversnelling is volop aan de gang. Digitaal is nu echt de norm. Dat verandert niet meer. Echter, rondom de coronacrisis hielden veel bedrijven en organisaties de hand nog op de knip. Onder druk van omzetverlies en kostenbesparingen zetten organisaties een rem op hun innovatieprojecten want ze brengen - zo wordt gedacht - niet onmiddellijk rendement op. Hoe zullen we morgen ondernemen en welke innovaties tonen dat vandaag al aan? Dit zijn hoogst urgente vragen die bij menig ondernemer door het hoofd gaan.

Tekst en foto's: Redactie

De industriële revolutie, de opkomst van de stoomindustrie, de staalindustrie, de massa-productie en nu de digitalisering. Telkens was er een installatiefase vol verwarring, onrust en ongelijkheid. Daarop volgde een crisis of een recessie. Maar altijd kwam er een gouden tijd die grote groepen voordeel verschafte. We kennen de geschiedenis. De coronacrisis vormt ook zo'n keerpunt: innovatie met digitalisering.

Data?

Bij digitale transformatie is het essentieel om goede, beschikbare data te hebben. Data? Dat kan van alles zijn: klanteninformatie, verkeersstromen, inkoopgegevens, productiegegevens, productinformatie, leeftijden, het weer en nog veel meer. Interessante gegevens die we op een slimme (digitale) manier moeten benutten. Dan pas kan gestart worden met het koppelen, ontsluiten, inzichtelijk visualiseren en het ontwikkelen van succesvolle digitale diensten. Het belang van data

groeit explosief omdat alles en iedereen online is en steeds meer wereldwijd verbonden. Bedrijven, groot en klein, vergaren dagelijks een gigantische hoeveelheid data. Deze data bevat belangrijke informatie om in de toekomst betere beslissingen te nemen.

Datagedreven organisatie

In de praktijk is digitale transformatie voor alle ondernemers en organisaties een haalbare opgave. Toch zijn er vele drempels en aarzelingen. Wat blijkt? Eén op de vijf organisaties heeft helemaal geen visie op een datagedreven toekomst. Vele organisaties hebben nog weinig op met de analyse en het gebruik van klant- of bedrijfsinformatie voor het verbeteren van processen of het verhogen van klanttevredenheid. En door een gebrek aan kennis en de juiste IT-omgeving zetten veel bedrijven data enkel in voor managementrapportages of stuurinformatie, terwijl de mogelijkheden groter zijn. Dit staat te lezen in een recent onderzoek van de

Digital Monitor van IT-dienstverlener Ordina. Emiel van Bockel, directeur Data Driven, is er duidelijk over: "Om de digitale transitie te versnellen, is data de sleutel. De gehele bedrijfsvoering, van strategie tot executie, moet datagedreven zijn. Data is ontzettend waardevol. Niet alleen om besluiten te nemen, maar vooral ook om voorbereid te zijn op veranderingen in de toekomst. Je kan alleen exponentieel versnellen, als je volledig je data benut. Organisaties hoeven hierbij niet direct volledige dataprogramma's te implementeren. Mijn advies is: klein beginnen, leren, meten en verder gaan. Zie je effect, laat dat effect vervolgens toenemen. Zo groei je uit tot een datagedreven organisatie. Organisaties hebben moeite om er een business case van te maken. Een visie ontbreekt waardoor ze geen budgetten kunnen vrijspelen. Daarom is een data mindset zo belangrijk."

Business Intelligence (BI)

Ondernemingen hebben in de loop van de tijd grote hoeveelheden gegevens opgeslagen. Die zijn nuttig om betrouwbare en gefundeerde beslissingen te kunnen nemen. Toch blijkt in de praktijk dat veel gegevens nauwelijks gebruikt worden. Daar zijn twee belangrijke verklaringen voor. Ten eerste hebben veel ondernemingen geen goed beeld van de aard en de omvang van alle aanwezige gegevens. Hierdoor kunnen tussen verschillende data niet altijd de noodzakelijke verbanden gelegd worden. Gevolg is dat een onderneming geen trefzekere conclusies kan trekken. Ten tweede zitten veel gegevens verstopt in verschillende geautomatiseerde systemen, waardoor ze lastig beschikbaar en bruikbaar kunnen worden gemaakt. Voor deze problemen biedt Business Intelligence (BI) de oplossing.

Informatie als succesfactor

Het doel van Business Intelligence is om aanwezige gegevens te vertalen naar informatie op basis waarvan een organisatie beslissingen neemt en waarmee de onderneming wordt bestuurd. Zo'n vertaling genereert analyses en rapportages. Kenmerkend voor een BI-systeem is dat het gegevens ophaalt op diverse plaatsen in een organisatie. Met moderne BI-software is dat mogelijk. Business Intelligence maakt het mogelijk om bedrijfsprocessen te analyseren en te optimaliseren.

Hierdoor komen er betere en waardevolle inzichten over bijvoorbeeld inkoop, de aansturing van productie, het voorraadbeheer of de distributie van producten en diensten. BI-software ondersteunt eveneens bij het nemen van strategische beslissingen. Bijvoorbeeld: op welke markten kan men zich het best begeven, bij welke klantgroepen zit het meeste rendement, hoe is de concurrentiepositie en welke gevolgen heeft een prijsverandering voor de marktpositie en winst?



Beginnen altijd goed

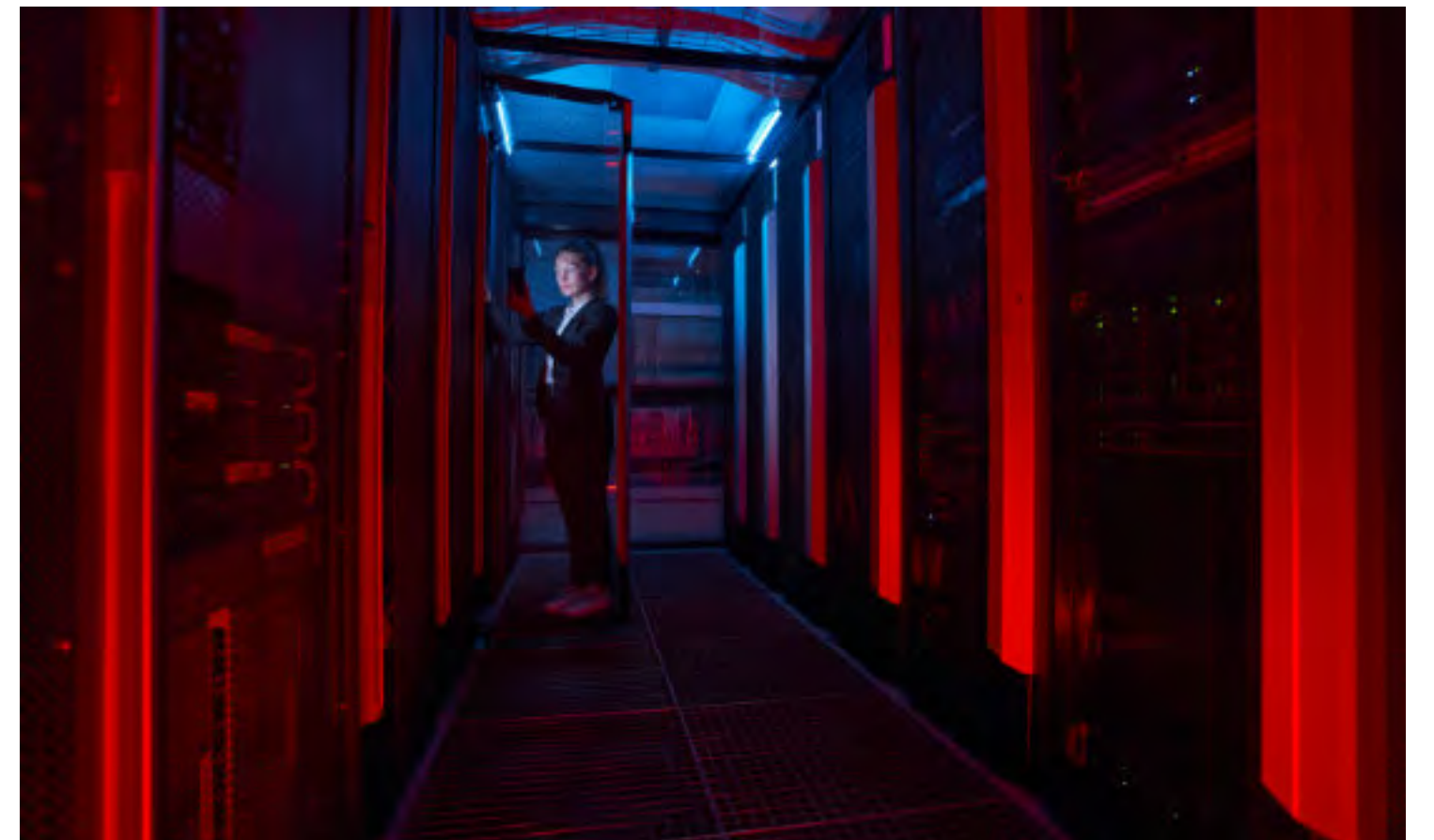
Experts zien een enorme kloof tussen massadata slurpers als Google, Facebook, etc. - die wereldwijd groter en groter worden - en veel MKB-bedrijven die nauwelijks in staat zijn om de basisregels van waardecreatie met technologie te snappen. Deze ondernemers en kleine zelfstandigheden slagen er met moeite in om een minimale basis te leggen, laat staan een serieuze investering te doen in technologie. Het gat dreigt steeds groter te worden. De oplossing: er gewoon aan beginnen.

Elke reis begint immers met één stap en de medewerkers raken onderweg geïnspireerd als ze betrokken worden. Wie de basis op orde heeft, kent de richting. Dan zit je in ieder geval goed.

Datamanagement aanboren

Bedrijven moeten allereerst te weten komen welke data ze nu echt onder beheer willen hebben en bijhouden. Er komt steeds meer vraag naar doelbewust datamanagement. Wie niet instapt in big data en digitalisering als bedrijf is niet toekomstbestendig.

Na Covid-19 is de maatschappij nog sneller, nog digitaal en nog globaler dan ooit tevoren. De vrees die ondernemers moeten hebben is niet om foute verbanden te leggen, maar wel om te worden weggeconcentreerd als ze niet snel genoeg mee kunnen. Talloze ondernemers en organisaties zitten volop in een digitale transformatie en data vormt een cruciale factor. En er is al veel mogelijk met de data waarover ze al beschikken. Maar voordat je er iets mee kunt doen, is er een stevige basis van het datamanagement nodig. Een onnodige fout in het begin van een data-project kan fataal zijn voor het resultaat. In onze regio staan vele - al of niet externe - datamanagers paraat om bedrijven en organisaties van de broodnodige adviezen te voorzien.





Gewaarborgde privacy van groot belang

Cloudwerken is het 'nieuwe normaal'

De coronacrisis heeft de wereld blijvend veranderd. Alle bedrijven en organisaties moesten zich snel aanpassen, knopen doorhakken en veranderingen invoeren. Nu alles zo snel in beweging is, moeten de uitdagingen op de voet gevolgd worden. Processen actualiseren, telewerken een noodzaak. Hoe moet het nu verder? De digitalisering heeft een enorme spurt ingezet. Maar juist door deze plotse versnelling – en crisistress – hebben veel ondernemers nauwelijks tijd gehad om te kijken waar de digitale kwetsbaarheden op de loer liggen. IT-specialisten zijn er op voorbereid ...

Tekst en foto's: Redactie

Het is overbodig te zeggen dat het een vreemde periode is geweest gedurende de voorgaande jaren. Voor elk bedrijf of organisatie zal het ongetwijfeld moeilijk geweest zijn met onder meer noodzakelijk telewerken en talloze processen die bijgesteld moesten worden. De coronacrisis maakte pijnlijk duidelijk dat het soms een lastige opgave is om medewerkers op afstand te laten werken. Dit vormt een groeiend probleem nu thuiswerken een blijvende rol gaat spelen in onze economie. Laat de coronacrisis dan ook een wake up call zijn: op cloud gebaseerd werken wordt het 'nieuwe normaal'. Daarom de hoogste tijd om technologische mogelijkheden te gaan omarmen.

Uitdaging

De inbreng van clouddiensten vormt in het algemeen een forse uitdaging voor ondernemers en iedereen die er mee te maken krijgt. Het heeft namelijk gevolgen voor de inrichting van de informatievoorziening, zowel technisch als procesmatig. Een goed ingerichte en beheersbare cloud-omgeving is essentieel om beter en sneller in te spelen op het immer dynamische ICT-landschap.

'Gratis' niet zonder risico

Dropbox, OneDrive, Google Drive... noem ze maar op. Talloze gratis clouddiensten zijn er ter beschikking. Bedenk wel: 'gratis tot aan een bepaald volume'. Dus men maakt al spoedig gebruik van meerdere diensten. Houd er dan rekening mee dat in dit geval alle

data (inclusief persoonsgegevens) op de servers staan van meestal Amerikaanse techgiganten. Daar bestaan hele andere privacy-reguleringen – en vereisten aan cybeveiligheid – dan in Europa. Als bedrijf is het daarom niet wenselijk dat medewerkers bedrijfsinformatie bij een clouddienst plaatsen waarmee géén contract gesloten is.

AVG

Er bestaan dus reële risico's bij het in zee gaan met 'gratis' clouddiensten waarvan de servers niet in de Europese Unie staan. Daarbij roept de Brexit zeker wat vragen op. Hoe dan ook, de persoonlijke gegevens zijn binnen de Europese Unie (EU) via de AVG sterk verankerd.

De Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) is een privacywet die geldt in de gehele Europese Unie (EU). Dankzij de AVG is de bescherming van persoonsgegevens in alle landen van de EU op dezelfde manier geregeld en gelden in elke lidstaat dezelfde regels.

Future proof

De coronacrisis bewijst overduidelijk dat thuiswerken de business niet in gevaar brengt. Bovendien zijn medewerkers er ook tevreden over. Een alleszins aantrekkelijke voorwaarde om de technologische mogelijkheden toe te passen. Op die manier is de onderneming niet alleen 'future proof' en er wordt ook nog eens geplust met motivatie, tevredenheid en productiviteit. Door cloudwerken op een juiste en veilige manier in te voeren, hoeven medewerkers bijvoorbeeld niet meer naar het bedrijf te komen voor updates of beveiligingschecks. Deze locatie-onafhankelijkheid biedt dus enorm veel flexibiliteit. Er bestaan echter valkuilen. Want de razendsnel ingevoerde nieuwe IT-technieken vereisen wel wat kennis en praktijkervaring. Gelukkig is die bij gespecialiseerde IT-bedrijven volop voorhanden.

Cloud-gebaseerd

De cloud is een verzamelnaam voor online diensten, bestaande uit soft- en hardware. Werken in de cloud betekent dat programma's en gegevens op iedere locatie en op ieder apparaat toegankelijk zijn. Dit biedt behoorlijk wat voordelen. De bestanden zijn veilig, onafhankelijk van fysieke locatie van de gebruiker, ieder apparaat met internet kan

Toekomstbestendig

De uitdagingen blijven onverminderd van kracht. Ook nu de coronacrisis ten einde is. Bedrijven die 'future ready' zijn, hebben zes kenmerken gemeen. Ze hebben een positieve houding tegenover verandering. Ze staan open voor nieuwe technologie. Bovendien hebben ze een duidelijk plan voor een toekomst vol technologie. Ze weten hoe een werkwijze moet worden aangepast. Het blijft ook niet bij vage strategische plannen. Alle details zijn ingevuld. Documentatie, specificaties en financiering zijn op orde. Een ander kenmerk is dat deze bedrijven up-to-date blijven met opkomende trends. De zesde karakteristiek is een snel aanpassingsvermogen. Op nieuwe trends en uitdagingen wordt vlot gereageerd. Deze bedrijven zijn sneller op de markt dan concurrenten met een afwachtende houding.

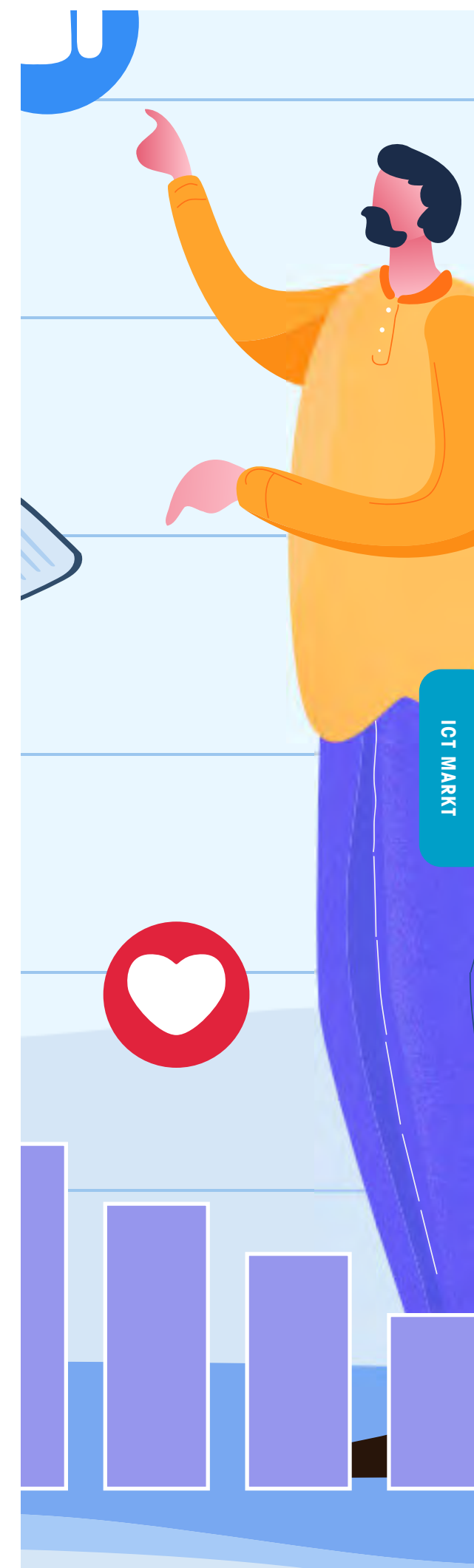
toegang krijgen tot de bestanden en de cloud kan worden ingezet als (automatische) back-upmogelijkheid. Bij een toenemend aantal bedrijven vormen clouddiensten één van de snelst groeiende segmenten waaraan IT-uitgaven besteed worden. De groei van deze uitgaven leidt er toe dat er verantwoorde keuzes gemaakt moeten worden in het investeren in de cloud. IT-voorzieningen zijn steeds complexer geworden door intensief gebruik en de behoefte aan efficiëntie, gebruiksgemak, beschikbaarheid en veiligheid.

Multi-cloud

De cloud kent diverse toepassingsvormen. Uit de praktijk komt naar voren dat de toepassingen van multi-cloud, distributed cloud en edge computing als meest populair worden bestempeld. Multi-cloud is het gebruik van meerdere clouddiensten binnen één configuratie. Veel organisaties kiezen voor een multi-cloud-strategie vanwege een aantal voordelen. Door het hebben van meerdere contractleveranciers is er een hoge mate van flexibiliteit en wendbaarheid en kunnen mogelijke risico's beter gespreid worden. Het is mogelijk om voor iedere afdeling of locatie een oplossing te kiezen die voor hen het beste aansluit bij de wensen. Multi-cloud is dus geen 'one size fits all' oplossing.

Clouddienstverlening

Uiteraard is het van belang om ook programma's en gegevens in de cloud goed te beschermen tegen cyberaanvallen of ransomware. Er zijn drie soorten van clouddienstverlening: Private, Hybride en Publieke. Een Private cloud is een systeem wat wordt gemaakt en beschikbaar is voor een geselecteerde groep gebruikers, bijvoorbeeld van één onderneming of organisatie. In een Publieke cloud is het niet bekend waar de gegevens worden opgeslagen, maar de aanbieder zorgt dat de gegevens beschikbaar zijn onder hun eigen voorwaarden. Denk hierbij aan Dropbox, Gmail of Microsoft 365. Een Hybride cloud is een situatie waarin zowel Private als Publieke cloud gecombineerd worden. Hierbij is het vaak irrelevant waar het datacenter staat, mits het maar voldoet aan de Nederlandse en Europese wetgeving (EU). De bescherming van persoonsgegevens moeten in alle gevallen gewaarborgd kunnen worden. De problemen zijn immers helemaal niet nieuw en er zijn verschillende oplossingen. Het meest verstandige wat men kan doen voor een veilige digitale omgeving, is het kiezen voor een veilige 'AVG'-leverancier en een dito clouddienst.



Modern crossmediaal platform voor ondernemers actief in de FOODVALLEY regio

Gerichte B2B communicatie - In print en online!

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

Onze ambitie is om de regionale economie in de regio Foodvalley 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, Kennisinstituten en Ondernemers met elkaar. Dit doen wij met een magazine, in print en online, door te netwerken, het actieve **lidmaatschap bij BOVeenendaal**, en het partnership met **ICT Valley**, waarmee we het katern ICT-Markt laten groeien.

“Vergroot uw naamsbekendheid en geef een “boost” aan uw sales!”

Richt u zich op ondernemers? Onderneemt u ook in de Foodvalley regio? 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 **Achterberg, Amerongen, Barneveld, Bennekom, Dodewaard, Ede(gld), Ederveen, Elst(utr), de Glind, de Klomp, Harskamp, Hoevelaken, Kesteren, Leersum, Lunteren, Nijkerk, Ochten, Overberg, Otterlo, Renkum, Renswoude, Scherpenzeel, Rhenen, Veenendaal, Wageningen, Woudenberg** 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!

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 voordeliger 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.

“Print en online versterken elkaar”

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 verzekeringsschepen, Arbeidsbureaus, Bibliotheken, B&W, Conferentie- en Congresorganisaties, Economische adviesbureaus, Elektrotechnische bedrijven, Gerechtsdeurwaarders, Grafische Industrie, Grond-, wegen waterbouw, Horeca- en hotelbedrijven, Ingenieursbureaus, Instellingen, Kamer van Koophandel, Loodgietersbedrijven, Machinefabrieken, Makelaarskantoren, Metaal Industrie, Musea, Notariskantoren, Reclameadvies bureaus, Scheepsbouw- en reparatiebedrijven, Schildersbedrijven, Schoonmaakbedrijven, Schouwburg en Theaters, Telecommunicatie, Timmerfabrieken, Transport, Universiteiten- en Hogescholen, Water- en zuiveringsschappen, Woningbouwverenigingen en Ziekenhuizen.

Brandact ‘In ontwerpen geldt tegenwoordig: functie boven vorm’

Brandact is een grafisch ontwerp bureau dat merken een unieke visuele identiteit geeft, uw doelgroep aanspreekt en uw bedrijf onderscheidt van de concurrentie. Van logo's, tot websites en van social media tot online campagnes. Eigenaar Matthijs Sloos: ‘Onze ontwerpen zorgen ervoor dat merken opvallen en indruk maken.’

Tekst: Redactie — Foto: John van Gelder

Uniek voor de ontwerpen en dienstverlening van Brandact is de Multiscreensite personalisatie. Dit is een krachtig systeem dat bedrijven een manier biedt om hun websites te personaliseren met behulp van gedragsgegevens. ‘Het helpt bedrijven om meer betrokkenheid met hun klanten te creëren door hun websites en inhoud af te stemmen op hun doelgroep.’

Meer vitale informatie verzamelen

Door gebruik te maken van personalisatie kunnen bedrijven een aangepaste website-ervaring bieden aan hun bezoekers, waaruit ze meer informatie kunnen verzamelen over hun behoeften en gedrag. Hierdoor vergroten bedrijven hun conversie. ‘Het platform is ook voorzien van een uitgebreide reeks aan marketing-opties,’ licht Sloos toe. ‘Dit biedt bedrijven de mogelijkheid om hun marketing-campagnes te personaliseren en nog gericht op hun doelgroep in te zetten.’

Webcore vitals

Het platform is ook uitgerust met Web Core Vitals. Dit is een nieuwe set met performance- en stabiliteits kpi's die door Google zijn voorgesteld om website-eigenaren te helpen hun

sites te verbeteren. ‘Google heeft een set van zo'n 200 eisen en regels waar een website aan moet voldoen,’ licht Sloos toe. ‘Die regels veranderen om de zoveel tijd. De ontwikkelaars van het platform zijn continu bezig met het bijhouden van alle veranderingen. Dat is belangrijk, want hoe beter je aan de eisen van Google voldoet, hoe hoger je website in de ranking komt.’

Betrouwbaar

Het werken met allerlei thema's en plug-ins maakt een website kwetsbaar. De software waar Brandact mee werkt, heeft daar geen last van. ‘Die draait op Amazon AWS,’ vertelt de grafisch ontwerper. ‘Dat is heel betrouwbaar. Bovendien maak ik voor mobiele telefoons een andere versie, want een mobieltje is een heel ander apparaat dan een laptop of desktop. Ik kan alles maken wat ik wil, want ik ben echt van het vormgeven. Dat zie je terug in de websites. Die zijn stuk voor stuk uniek. Ik maak alles vanaf een blanco vel.’

Dashboard

Om soepel met het toch al gebruiksvriendelijke systeem om te gaan zit er bij een website van

Brandact een eigen dashboard voor de data. ‘Daar kunnen gebruikers zien welk verkeer er naar de website komt, via welke browser en ook uit welke plaats. Dat is super handig voor heel gerichte marketing. Zeg maar exact in het hart van de doelgroep.’ Nog een toegevoegde waarde van de dynamische pagina's is dat deze bij een restyling van de website simpel vallen aan te passen. ‘Alle data kan gewoon meteen over. Dat betekent een grote besparing voor bedrijven.’

Over Brandact

Brandact is sterk in visueel maatwerk. Matthijs werkt altijd op persoonlijke basis. Hij is loyaal naar en trouw aan zijn klanten. Hij werkt op een open, transparante manier met hart en ziel aan het zichtbaar maken van uw onderneming. Matthijs haalt alles uit de kast om goed werk en dito service te leveren.



Telefoon: **085 – 0606280**
Website: **www.brandact.nl**

Vertrouwd en succesvol zakendoen begint bij De ZAKENMARKT!

De Google formule

Over de nieuwe heersers in het tijdperk van Big Tech en AI

In dit boek onderzoekt journalist en IT-specialist Bob Hardus hoe Google in 25 jaar tijd van een vriendelijke zoekmachine uitgroeide tot één van machtigste bedrijven ter wereld. Zo ontdekte Hardus dat Google inmiddels de medische en politieke agenda's in ons land bepaalt. Het bedrijf uit Silicon Valley doet niet alleen samen met het Radboudumc in Nijmegen onderzoek naar parkinsonpatiënten, het onderzoek wordt ook door Google én de Nederlandse overheid gefinancierd. En dat is slechts het topje van de ijsberg. Hardus deed meer verontrustende ontdekkingen over Google's invloed op onze samenleving. Wat gebeurt er wanneer de Big Tech-gigant straks al zijn diensten en onze gebruikersdata aansluit op de nieuwste Artificial Intelligence (AI)?

Tekst en foto's: Redactie

De Google formule is een informatief en toegankelijk geschreven boek voor iedereen die wil weten waarom ons (digitale) leven niet zo privé is als we soms denken en hopen.

Een website met een zoekbalk en een vrolijk logo. Zo begon het voor Google in 1998, in september 25 jaar geleden. 'Googelen' betekent niet voor niets 'zoeken op internet'. Zonder dat we het door hebben, is Google steeds verder ons dagelijks leven ingeslopen. Alles wat wij doen op onze telefoons en in onze internetbrowser wordt vastgelegd en opgeslagen. Voor altijd. Hoe meer data het bedrijf kan verzamelen, hoe meer geld er verdiend wordt.

Laat ook onze overheid zich het bos in sturen met loze beloftes? Door nieuw beleid mag de overheid al onze bankrekeningnummers, Burgerservicenummers, inkomsten en NAW-gegevens opslaan op de computers van Google. Hardus sprak hierover met José van Dijk, hoogleraar media en digitale samenleving aan de Universiteit Utrecht. Zij vergelijkt de situatie met de Duitse afhankelijkheid van Russisch

gas, maar dan op het gebied van onze gegevens. Van Dijk: 'Uiteindelijk kun je geen kant meer op. Als wij niet oppassen gebeurt dat ook in Nederland.'

Voor de Google formule sprak Bob Hardus met ex-Googlemedewerkers, journalisten, computerprogrammeurs, hoogleraren, spambestrijders, beleidsmakers, online profilers, medici en technologievisionairs en wetenschappers. Zo geven de wetenschappers die verbonden zijn aan de Radboud Universiteit al aan dat het een kwalijke zaak is dat Google 'infiltreert' in de medische sector. Zij vragen zich hardop af hoe het kan dat Google bepaalt welk onderzoek er wordt gedaan aan hun instituut.

Het resultaat is een boek dat beschrijft hoe een sciencefiction gevoel op het punt staat om een ongemakkelijke werkelijkheid te worden die ons leven voorgoed verandert.

Gelijktijdig met dit boek wordt de website www.degoogleformule.nl gelanceerd. Aangezien de ontwikkelingen in de wereld van de Big Tech-





Bob Hardus (1983) is journalist en zelfstandig search marketing consultant. Hij helpt o.a. bedrijven hoe ze gemakkelijk op Google kunnen worden gevonden. Tot zijn klanten behoren vergelijkingssites, (semi) overheidsinstellingen en media-bedrijven. Hij werkte eerder als verslaggever voor HP/De Tijd.

De Google formule
Technische gegevens
Formaat 13,5 x 21 cm
Omvang ca. 220 pagina's, paperback

ISBN:
97890 8975 3816
Prijs: € 20,00

bedrijven snel gaan, geeft Hardus via deze website met regelmaat opvolging aan dit boek, zodat zijn lezers een vinger aan de pols van de nieuwste ontwikkelingen kunnen houden.



De coöperatie is ontstaan vanuit de agrarische sector en uitgegroeid tot een divers aanbod van EU-medewerkers.

‘Ons speerpunt is het leveren van personeel voor zowel korte als langere perioden’

De medewerkers van personeelsorganisatie AB Midden Nederland worden ingezet in verschillende sectoren. Wij zorgen voor de meest geschikte kandidaat op de meest passende plek. Dat vergt volgens John Hanse veel tijd en persoonlijke aandacht.

Het leveren van personeel en voorzien in de personeelsbehoefte van bedrijven; dat is waar het om draait bij AB Midden Nederland. “We leveren personeel voor zowel korte als langere perioden, in negen verschillende sectoren”, zegt John. “Een deel van deze sectoren is agrarisch, maar onze klanten zitten bijvoorbeeld ook in de productie (food), bouw, de techniek en het transport.”

Bedrijfsverzorging

AB Midden Nederland heeft onder meer zo’n 300 werknemers in vaste dienst, die vrijwel allemaal een Nederlandse achtergrond hebben. Deze worden gedetacheerd bij bedrijven, daarnaast werkt een deel bij de bedrijfsverzorgingsdienst. “Deze werknemers nemen het werk over



wanneer bijvoorbeeld een boer ziek wordt of met vakantie gaat”, legt Hanse uit. “We investeren volop in scholing van onze mensen, en zetten hen in meerdere sectoren in.” In de regio Veenendaal is AB Midden Nederland ook sterk vertegenwoordigd in de groensector. Veel van onze medewerkers zijn werkzaam bij hoveniers en boomkwekerijen. De ondersteuning vindt vaak plaats bij piekmomenten, maar vaak worden de bedrijfsverzorgers het hele jaar door ingezet bij langdurige opdrachten en werkzaamheden. AB Midden Nederland zorgt er voor dat de continuïteit van deze bedrijven gewaarborgd blijft.

Flexibiliteit

Naast deze vaste werknemers heeft de personeelsorganisatie gemiddeld 1500 tot 2000 uitzendkrachten aan het werk. Deze worden voor korte en lange perioden ‘uitgeleend’ aan klanten. Zo’n tachtig procent van deze uitzendkrachten komt uit landen buiten Nederland, waaronder diverse Oost-Europese landen. “Arbeidskrachten uit deze landen zijn doorgaans gemotiveerd en breed inzetbaar. Dat geeft ons een bepaalde flexibiliteit; ze kunnen namelijk in verschillende sectoren aan de slag. Op deze manier kunnen we snel schakelen en onze klanten zo goed mogelijk helpen. Ook is deze diversiteit prettig voor de uitzendkrachten zelf; het houdt hun werk afwisselend.”

Welkom en gewaardeerd voelen

Daarnaast probeert AB Midden Nederland ‘randvoorwaarden’ als huisvesting, vervoer en dergelijke zo optimaal mogelijk in te vullen en rekening te houden met de cultuurverschillen. Hanse benadrukt ook dat het belangrijk is om mensen persoonlijke aandacht te geven, je in te leven in iemands achtergrond en problemen. “Vraag hoe het met iemand gaat, hoe het werk bevalt. Dan voelen ze zich gewaardeerd, ervaren ze dat ze geen nummer zijn. Wij werken daarom met relatiebeheerders, die verantwoordelijk zijn voor een groep uitzendkrachten en in de gaten houdt of alles goed gaat. Ook maken zij tijd voor een persoonlijk praatje. Als je in een vreemd land werkt, ver weg van huis, maakt dat een groot verschil. Het wordt steeds crucialer dat uitzendkrachten zich welkom en gewaardeerd voelen; dat is een must om mensen te vinden en te binden.”

Op zoek naar gemotiveerde medewerkers?

Naast alle sociale aspecten blijft het leveren van kwalitatief personeel het doel van AB Midden Nederland. Wij zijn altijd op zoek naar bedrijven die op zoek zijn naar gemotiveerd personeel. Bent u op zoek naar medewerkers? Dan komen wij graag met u in contact.

AB Midden Nederland
Wageningselaan 30, 3903 LA Veenendaal
0318 - 25 34 49 | abmiddennederland.nl





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



De beste materialen, mensen en techniek

Bij Molen Elektra zijn we specialisten in elektrotechniek, domotica systemen en industriële automatisering. We ontzorgen met betrouwbare en snelle service, up to date vakmanschap.



Elektrotechniek



Industriële automatisering



Domotica

molenelektra.nl

dat is slim schakelen

Ook slim schakelen? Bel **0318 518 671** of mail naar **info@molenelektra.nl**.

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
- vloerspecie

WAAROM BETONOPDEBOUW?

✓ Levering ook op zaterdag

✓ Scherpe prijs; zelfs voor kleine hoeveelheden

✓ Met onze mobiele mixer leveren wij wat nodig is, geen overmatig 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

Van Leusden b.v.
Verhuur van diverse soorten kiepers. Ook auto laadkranen.

Verhuur van open en dichte containers van 1100 liter tot 40 m³
Ook afsluitbare containers




Levering van:
• Zand • Grind • Split • Tuinaarde
Ook levering in Big Bags
Afhaal ook mogelijk

Van Leusden b.v.
Nude 1, 6702 DH Wageningen
T: 0317 - 412274 | F: 0317 - 416043
E-mail: info@vanleusdentransport.nl
Internet: www.vanleusdentransport.nl

ValleiTEK
bouwkundig advies- en tekenbureau

'uw nieuwbouw- en verbouwplannen van A tot Z geregeld'

ValleiTEK bouwkundig advies- en tekenbureau heeft 30 jaar ervaring in alle facetten van de bouw en is inmiddels een begrip in Veenendaal en omstreken.

ValleiTEK begeleidt het hele ontwerpproces en de uitvoering van A tot Z. Van ontwerp en vergunningen tot bouwbegeleiding, oplevering en nazorg. En of het nu gaat om de nieuwbouw of verbouw van uw bedrijfspand of woning: Wij ontwerpen en tekenen hēt en adviseren en begeleiden u tijdens het hele traject.

Kortom, ValleiTEK bouwkundig advies- en tekenbureau is de betrouwbare en deskundige partner voor uw nieuwbouw- of verbouwplannen.

www.valleitek.nl | info@valleitek.nl | 06 123 77 678 | Veenendaal



105^e Dies Natalis van WUR in teken van duurzaam beheer zee en oceaan

"Het eenentwintigste lustrum van Wageningen University & Research draagt de titel Shaping Sustainable Futures. Het staat voor wat onze missie was en zal zijn: van de wereld een betere, gezondere, eerlijkere, rechtvaardigere en milieuvriendelijkere plek maken." Dat zei Arthur Mol, rector magnificus en vice-voorzitter van Wageningen University & Research, in zijn openingstoespraak van de 105e Dies Natalis van Wageningen University & Research. Mol: "De nieuwe bacheloropleiding Marine Sciences en deelname aan het nieuw opgerichte Delta Climate Center gaan bijdragen aan onze missie."

Tekst en foto's: Redactie

Het duurzame beheer van de steeds drukker zee en oceaan stond centraal tijdens de Dies Natalis. De toenemende mariene uitdagingen vereisen specifieke kennis volgens Mol. WUR is actief in het hart van dit kennisdomein met onderzoeksinstituten zoals Wageningen Marine Research en leerstoelgroepen, en Mol benadrukte de start van de nieuwe opleiding Marine Sciences en de komst van het Delta Climate Centre in Zeeland, waar WUR aan deelneemt.

De Zweedse professor Beatrice Crona sprak in haar Dieslezing over de rollen van aquatisch voedsel bij toekomstige voedselsystemen, en de uitdagingen van de blauwe economie en de impact op de natuur. Crona is hoogleraar Duurzaamheidswetenschappen in Zweden en Science Director van het Stockholm Resilience Center.

Waterverontreiniging modelleren, koraal herstellen Maryna Stokral MSc nam toehoorders tijdens haar presentatie mee op reis naar de Dnipro-rivier en de Zwarte Zee. Vroeger zwom ze daar maar door vervuiling

kan dit niet meer. Bij WUR leidt ze nu een team dat zich bezighoudt met modelleren van waterverontreiniging en oplossingen daarvoor. Joshua Wambugu MSc werkt bij de leerstoelgroepen Marine Animal Ecology en Environmental Policy en hield zijn presentatie over het herstel van koraalriffen. Volgens hem zijn er wereldwijd steeds meer plekken waar wetenschappers en lokale bewoners samenwerken aan dit doel.

Drie eredoctoraten uitgereikt

Drie wetenschappers kregen een eredoctoraat uitgereikt tijdens de Dies Natalis vanwege hun uitzonderlijks academische prestaties: Dennis David Baldocchi, Valerie Trouet en Willy Verstraete.

Prof.dr Dennis David Baldocchi is Professor of Biometeorology en Executive Associate Dean van de Rausser College of Natural Resources, University of California, Berkeley. Baldocchi is drijvende kracht achter het wereldwijde observatienetwerk FLUXNET. Valerie Trouet is Professor aan de University of Arizona en

Scientific Director van het Belgisch Klimaatcentrum. Ze heeft belangrijk onderzoek verricht naar de correlatie tussen jaarringen van bomen en klimaat. Prof.dr ir. Willy Verstraete van de Universiteit Gent is pleitbezorger van 'microbial resource management' als pad naar een duurzame en gezonde wereld. Verstraete ontwikkelde onder andere een kunstmatig spijsverteringsstelsel.

Research Award voor veelbelovende onderzoeker

Elk jaar reikt Universiteitsfonds Wageningen de Research Award uit aan een veelbelovende onderzoeker, jonger dan 40 jaar, die een uitstekend en origineel wetenschappelijk artikel heeft gepubliceerd in het kalenderjaar voorafgaand aan de uitreiking. Tijdens de Dies Natalis 2023 mocht PhD-kandidaat Balwina Koopal de prijs in ontvangst nemen. Koopal kreeg de prijs voor haar duiding van de functie en werking van het zogenoemde SPARTA-systeem, een enzym dat ziektes opspoorde en tegenhoudt in bacteriën.

TWEEDE AANDRIJFLIJN VOOR TOYOTA COROLLA CROSS



Toyota breidt het aanbod van de populaire Corolla Cross verder uit. Naast de bestaande 2.0 High Power Hybrid wordt de SUV nu ook geleverd als 1.8 Hybrid. Vanaf de tweede helft van 2023 staan de eerste exemplaren van de Corolla Cross met de nieuwe aandrijflijn in Nederlandse Toyota-showrooms. De prijzen beginnen bij 37.295 euro.

Active – Vanaf de tweede helft wordt de Corolla Cross als 1.8 Hybrid geleverd in Nederland. Klanten hebben de keuze uit drie verschillende uitvoeringen. De ‘Active’ vormt de basisuitvoering, maar is standaard al zeer rijk uitgerust. Zo beschikt de auto onder meer over LED-verlichting, Climate Control, 17 inch lichtmetalen wielen, elektrisch bedienbare ramen, een 12,3 inch groot digitaal instrumentarium en het Toyota Smart Connect multimediasysteem met 10,5 inch groot display met hoge resolutie

en Cloud navigatie. Ook Toyota Safety Sense 3, met Automatic High Beam (AHB); automatische schakeling groot- en dimlicht, Emergency Driver Stop System, Intelligent Adaptive Cruise Control (IACC), Lane Departure Alert, Lane Trace Assist en vermoeidheidsherkenning en Pre-Collision System met onder andere detectie voor fietsers (dag) en voetgangers (dag+ nacht), Emergency Steering Assist en Intersection Turn Assist, is standaard.

De Corolla Cross 1.8 Hybrid Active is leverbaar vanaf 37.295 euro.

Dynamic – Als Corolla Cross Dynamic wordt de uitrusting verder uitgebreid met Smart Entry (bestuurder, passagier en achterklep), Privacy Glass, een chromen sierlijst boven de zijramen, 18 inch lichtmetalen wielen en sequentiële LED-richtingaanwijzers vóór aan toe. Deze uitvoering is te bestellen vanaf 39.195 euro.

SCHADE HERSTEL
Midden Nederland

Auto's Bestelbussen Trucks Caravans Campers Autoverhuur

SCHADEGARANT

HERSTELLER

Hét adres voor schade herstel!

De Smalle Zijde 44
3903 LP Veenendaal

AUTO - BESTELBUS - TRUCK
CARAVAN - CAMPER

0318 - 734 510
0318 - 413 100



Rextom ReclameTechniek, de naam kenmerkt al dat we niet een standaard reclamebureau zijn. Wij opereren met een groep creatievelingen en doorgewinterde technische vaklieden. Centraal vanuit Ede, maar met een landelijke dekking en soms zelfs de grens over.

Bij Rextom Reclametechniek BV hebben we onze focus op Transport en Logistiek. Dat komt voort vanuit een passie en liefhebberij, maar we hebben er ook nog eens verstand van. We zijn bekend met een breed scala van

opleggers/trailers en trucks. Bijkomend voor-deel; onze kennis van wet- en regelgeving omtrent veiligheid. Hierdoor kunnen we snel en proactief reageren op vragen vanuit de klant en hebben wagenpark beheerders aan een half woord genoeg.

Eenheid en identiteit is al belangrijk bij kleinere wagenparken en vloten, laat staan als je een vloot bezit of beheert van tientallen tot honderden trucks. Door hier consistent mee om te gaan krijgt het bedrijf een herkenbare uitstraling en de herkenning van waar het

bedrijf voor staat. En dat zorgt er weer voor dat de doelgroep op de juiste manier wordt aangesproken. Belettering is de meest effectieve en rendabele vorm van reclame. Dagelijks gezien door honderden (potentiële) klanten. Daar kan geen advertentie tegenop! Als iemand bij ons komt, mag je ervan uitgaan dat wij vóór je denken en mét je denken op dit vakgebied.” Bij Rextom is het motto; of we vinden een weg, of we maken er één. Benieuwd naar wie we zijn en wat we doen? Neem contact op en kijk voor inspiratie en ideeën op: www.rextom.nl

- De samenwerking met Tata Technologies maakt het voor Jaguar Land Rover mogelijk om zijn moderne, luxe auto's sneller te leveren met behulp van geavanceerde digitale technologieën
- Samenwerking met Tata Technologies is cruciaal voor de volledig verbonden, digitale industriële strategie van Jaguar Land Rover
- Tata Technologies implementeert cloud-based Enterprise Resource Planning-software (ERP) die de werkzaamheden voor medewerkers en toeleveranciers sterk verbetert met state-of-the-art interfaces, grotere efficiency en betere samenwerking
- De samenwerking is een voorbeeld van het ontwikkelen van strategische relaties binnen de gehele Tata Group, als onderdeel van de

Tekst en foto's: Redactie

Tata Technologies levert end-to-end geïntegreerde Enterprise Resource Planning (ERP) voor de transformatie van de productie, logistiek, toeleveringsketen en inkoopmodules van Jaguar Land Rover, door data en kennis van meerdere afdelingen samen te brengen.

De intuïtieve nieuwe gebruikersinterface van de bekroonde software van Tata Technologies zorgt voor meer stabiliteit in de werkzaamheden en beter inzicht tussen teams en toeleveranciers. Hierdoor kan Jaguar Land Rover sneller reageren op veranderingen in de markt voor nieuwe voertuigen.

ERP is cruciaal voor het stroomlijnen van de informatie-uitwisseling tussen afdelingen binnen de onderneming en het vastleggen daarvan. Het creëren van een specifieke basis voor de data- en managementprocessen van diverse afdelingen is fundamenteel voor de transformatie van de bedrijfsvoering. ERP-systemen kunnen ook data verzamelen, opslaan en interpreteren, waardoor direct nieuwe inzichten ontstaan. Daarmee kan een bedrijf dynamischer en tijdig reageren op problemen, uitdagingen en kansen.

Als onderdeel van de Reimagine-strategie zorgt deze nieuwe samenwerking ervoor dat Jaguar Land Rover nog meer op één lijn komt te liggen met de andere bedrijven binnen de Tata Group. Tata Technologies heeft meer dan



AUTONIEUWS

Jaguar Land Rover start samenwerking met Tata Technologies voor digitale transformatie

Jaguar Land Rover start een samenwerking met Tata Technologies, een wereldwijd opererend bedrijf voor engineering, productontwikkeling en digitale diensten. Met deze samenwerking wil Jaguar Land Rover de digitale transformatie van zijn industriële strategie versnellen. De eerste fase richt zich op de belangrijke productielocaties in het Verenigd Koninkrijk, waarna de oplossingen worden uitgerold over de andere locaties wereldwijd.

dertig jaar ervaring op het gebied van product- en digitale ontwikkeling, met een wereldwijd netwerk van 11.000 innovators en klanten in 27 landen.

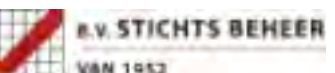
Barbara Bergmeier, Executive Director of Industrial Operations Jaguar Land Rover: “The partnership with Tata Technologies will allow us to accelerate the transformation of our core ERP infrastructure to deliver the efficiency and usability we require for the future and our transformation objectives. It also demonstrates the power of being part of the Tata Group to help us to achieve targets for our supply chain and wider industrial operations.”

Warren Harris, MD & CEO Tata Technologies: “The ERP transformation collaboration with Jaguar Land Rover is another milestone in a nearly two-decade relationship with Tata Technologies. The trust awarded by Jaguar Land Rover reaffirms our long-standing expertise in automotive engineering and digital solution offerings. This collaboration will help Jaguar Land Rover to build innovative and sustainable vehicles and achieve faster time to market using new-age digital technologies. We are delighted to strengthen our existing engagement with Jaguar Land Rover and are fully committed to deploying our digital engineering capabilities and assisting with the launch of their new generation of vehicles.”

Anthony Battle, Chief Digital & Information Officer Jaguar Land Rover: “Jaguar Land Rover’s digital transformation will play a pivotal role in the business becoming more agile as part of Reimagine and fulfilling its potential as a tech leader. As part of our Digital 2024 programme, we are transitioning to a cloud-native digital landscape and the partnership with Tata Technologies enables us to take another important step on that journey.”

Behalve dat Tata Technologies een standaard bedrijfsmodel opzet, integreert het ook SAP S/4 HANA en SAP BTP in de bestaande software van Jaguar Land Rover. Daarmee wordt de digitale architectuur van Jaguar Land Rover naar een hoger niveau gebracht, als onderdeel van de digitale transformatiestrategie van de onderneming. Het SAP S/4 HANA-softwarepakket betekent een overstap van verouderde ERP-oplossingen naar een modern cloud-based systeem, wat zorgt voor aanzienlijk meer efficiency en stabiliteit.



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 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  R.V. STICHTS BEHEER VAN 1952 www.stichtsbeheer.nl
Brandveiligheid  BRAND-VEILIG TOTALE AANPAK BRANDVEILIGHEID 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  SNS www.snsbank.nl	Financieringen  FINANCIERINGS GilDE regel je eigen 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  GRANDONIMEDIA 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 www.che.nl	Software  experlogix www.experlogix.com	Veiligheidstrainingen Brandbeveiliging Service  AREHBO www.arihbo.nl
Web & Design  /blits. design development online marketing www.wijzijnblits.nl	Werving & Selectie Detachering  DEKKER Services www.dekkerservices.nl	Zonnepanelen  ARIENS SOLAR www.arienssolar.nl	Zwenk- en bokwielen  colson INDUSTRIAL SOLUTIONS www.colson-europe.nl



organiseren | produceren | verhuren

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

**Stuif**
evenementen

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



TE KLEIN VOOR EEN BEDRIJFS- HYPOTHEEK?

Kleine ondernemers bestaan niet, vinden we bij SNS. Bij ons is elke ondernemer welkom. Daarom hebben we de SNS Bedrijfshypotheek tot € 1 miljoen. Met een scherpe rente. Kom eens langs om je mogelijkheden te bespreken.

Ontdek onze bedrijfshypotheek:

- standaard tot 80% van de marktwaarde, maar soms tot wel 90%;
- je lost jaarlijks 5% af. En je bent flexibel om kosteloos nog eens tot 5% extra van de lening af te lossen;
- tot 40% van je bedrijfspand verhuren.

MEER WETEN?

Maak dan een afspraak voor een gratis en vrijblijvend 1e gesprek.
Bellen kan ook: **030 - 633 30 02**. We staan voor je klaar.

Ede, Grotestraat 64
Rhenen, Frederik van de Paltshof 16
Tiel, Hoogeindsestraat 3
Veenendaal, Hoogstraat 19
Wageningen, Hoogstraat 11



SNS