

DE **Z**M **ZAKEN****M**ARKT

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

jaargang 20
nr.1 - 2026

01



Tech, Data en Ethiek: De Ondernemer in het Tijdperk van AI

Hét ondernemersfeest van het jaar, 24 maart Business Event Veenendaal

Recordkwartaal voor durfkapitaal wereldwijd, investeerders zetten vol in op AI

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

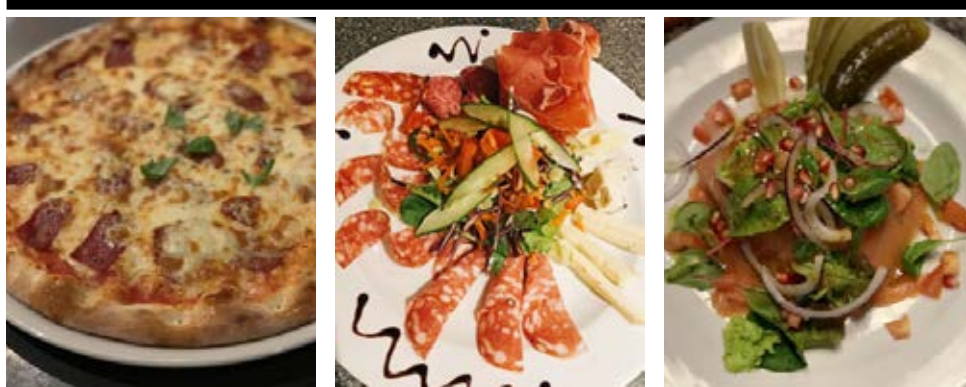
hupraict.

AI 40+ jaar uw betrouwbare ICT partner

POMPEI

RESTAURANT & PIZZERIA

ONTDEK EEN NIEUW NIVEAU VAN SMAAK.



LANGEGRACHT 10 | 3811 BT AMERSFOORT

T: 033 461 38 12

W: WWW.RESTAURANTPOMPEI.NL



WELKOM BIJ ALBERTS!

VOOR AL UW ZAKELIJKE
ONTMOETINGEN, BUSINESS
LUNCHES, PRIVATE DINNERS,
OF ALS WERKPLEK BENT U
7 DAGEN PER WEEK WELKOM
IN DE AMERSFOORTSE
BINNENSTAD.

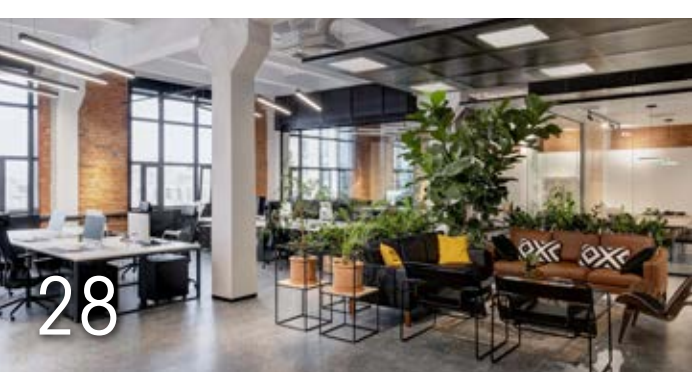
WE ZITTEN IN ÉÉN VAN DE MOOISTE
MONUMENTALE PANDEN VAN DE BINNENSTAD,
HET OUDE WOONHUIS VAN DE FAMILIE
ALBERTS DIE HIER 50 JAAR GEWOOND HEEFT.

WEES WELKOM!

ALBERTS ETEN EN DRINKEN
HOF 5
3811 CJ AMERSFOORT

033-7200810
WWW.ALBERTSETENENDRINKEN.NL
INFO@ALBERTSETENENDRINKEN.NL

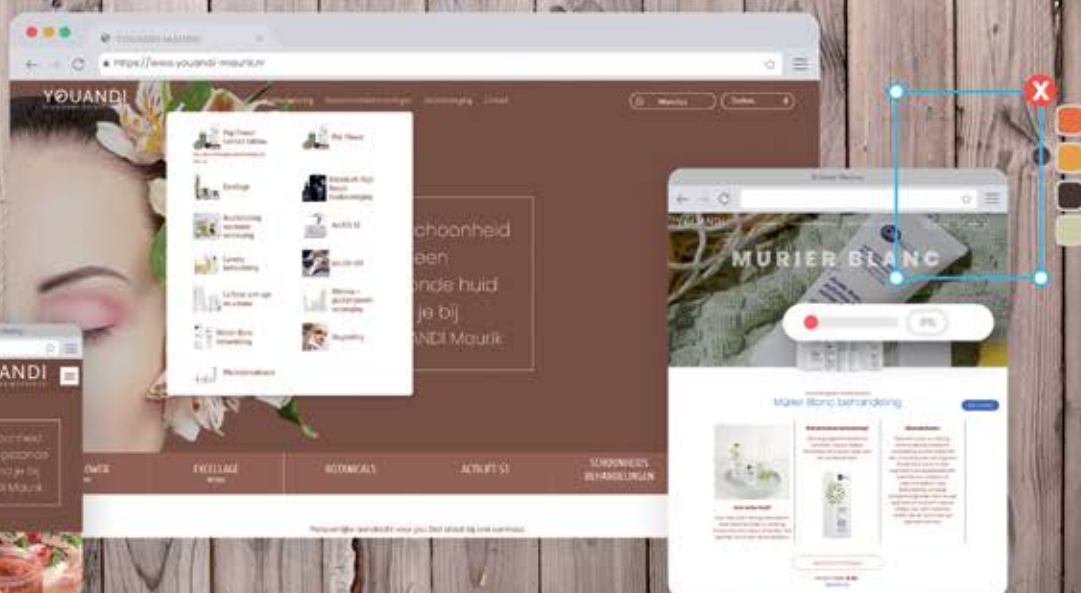




inhoudsopgave

Tech, Data en Ethiek:	6
De Ondernemer in het Tijdperk van AI	
Gebrekkige data belemmert besluitvorming	8
bij 1 op de 3 organisaties	
Ziekteverzuim in Nederland opnieuw gestegen:	9
ontdek de 5 belangrijkste oorzaken	
Hét ondernemersfeest van het jaar	10
Nabestaanden van ondernemers geholpen met regelhulp	13
Versnipperde geldstromen grootste uitdaging voor CFO's	14
Geopolitieke spanningen zetten de interne veiligheid van Europese organisaties onder druk	15
Groeiversterker voor ondernemers – van ambitie naar duurzame groei	16
Recordkwartaal voor durfkapitaal wereldwijd, investeerders zetten vol in op AI	17
AI-toegang voor lokale ondernemers blijft achter bij grote bedrijven: AI-kloof dreigt	19
Maximaal Profiteren: Waarom Taxvrij de Ultieme Secundaire Arbeidsvoorwaarde van 2026 is	21
Social media in Nederland: groei zet door, maar zorgen en “tegenwind” nemen toe	22
Bijna 4 op de 10 zzp'ers ziet mentale uitval als grootste risico voor hun inkomen	23
Consumenten omarmen GenAI maar zoeken controle over digitaal leven	25
Werkgevers moeten duidelijker afspraken maken over thuiswerken	26
Boeken	27
Medewerkers willen een gezonde, motiverende én leuke werkplek	28
Goedkoper is niet altijd slimmer: 3 lessen over prijsstrategie voor ondernemers	29
Duizenden chauffeurs laten jaarlijks onbedoeld geld liggen	30
Prijs tweedehands elektrische auto blijft dalen: 28 procent goedkoper dan in 2022	31
Populariteit SUV's blijft stijgen: 14% meer bekeken terwijl	32
Kort Nieuws	33
Internet-Bedrijvenwijzer	34

WEBSITES



ONLINE MEDIA



PRINT MEDIA



WWW.GRANDONI.NL

UW MEDIAPARTNER!





GRANDONIMEDIA

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

Uitgever:

Angelo Grooten

Aan dit nummer werkten mee:

Redactie:

Angelo Grooten
Arno voor de Poorte

Foto's:

getimg
Annemarie Bakker Fotografie

Columnisten:

Tom Baerends

Vormgeving:

Bram van Gerwen

Drukwerk realisatie:

Stimo de Meerpaal/Veldhuis Media BV

Frequentie:

4 x per jaar in print en online

Controlled circulation

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

Copyrights

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



@DeZakenMarkt

www.dezakenmarkt.nl

Voorwoord

Met trots presenteren wij u deze bijzondere editie van ons zakenmagazine dat voor het eerst ook in de regio's Utrecht, Achterhoek, Rivierenland en Arnhem-Nijmegen verschijnt. Een bijzonder moment. Niet alleen omdat we ons bereik uitbreiden naar vier krachtige economische regio's, maar vooral omdat we dit doen in een tijdperk waarin ondernemerschap fundamenteel verandert.

We leven in het tijdperk van AI. Kunstmatige intelligentie is geen toekomstmuziek meer, maar dagelijkse realiteit. Van marketing en klantenservice tot productie, logistiek en financiële analyse: technologie beïnvloedt hoe we werken, beslissen en groeien. Toch draait ondernemerschap nog altijd om mensen. Om visie, lef, doorzettingsvermogen en het vermogen om kansen te zien waar anderen obstakels zien.

In deze editie staat daarom de ondernemer centraal. Hoe benut je AI zonder je identiteit te verliezen? Hoe blijf je relevant in een markt die sneller verandert dan ooit? En hoe zorg je ervoor dat technologie niet alleen efficiënter maakt, maar ook waarde toevoegt voor klanten, medewerkers en de regio waarin je actief bent?

De regio's waarin wij nu verschijnen kenmerken zich door innovatiekracht, nuchterheid en sterke netwerken. Van hightech en maakindustrie tot familiebedrijven en scale-ups: hier wordt gebouwd aan de economie van morgen. Met dit magazine willen wij inspireren, verbinden en verdiepen. We brengen verhalen van ondernemers die durven vernieuwen, maar ook van bedrijven die juist in continuïteit hun kracht vinden.

Ons doel is helder: een platform bieden waar kennis, ervaring en ambitie samenkomen. Waar inzichten worden gedeeld en samenwerkingen ontstaan. Waar technologie en menselijkheid elkaar versterken.

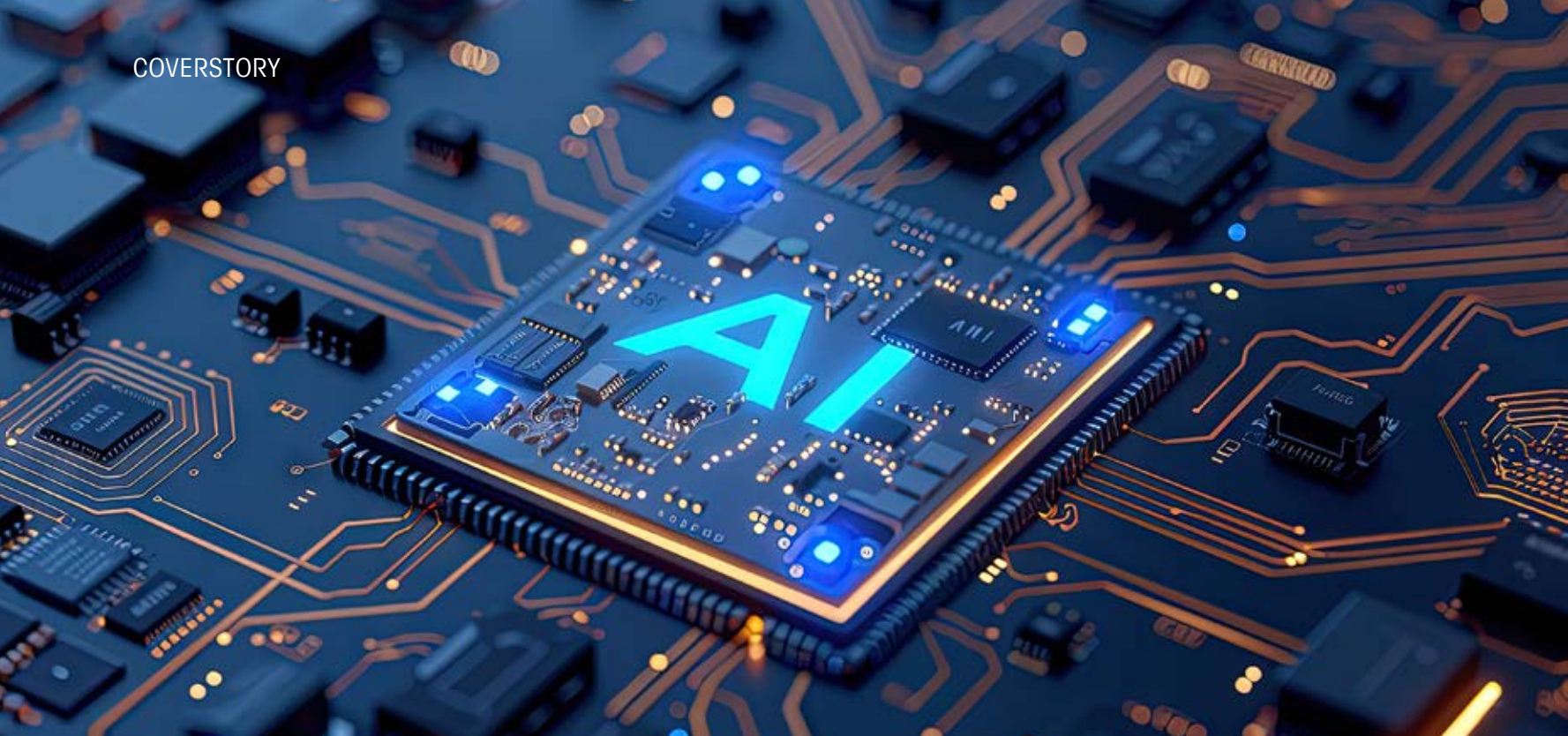
Wij hopen dat deze editie het begin is van een duurzame relatie. Een relatie waarin we samen kijken naar kansen, uitdagingen en de toekomst van ondernemend Nederland.

Veel leesplezier en inspiratie gewenst.

Met vriendelijke en zakelijke groet,

Angelo Grooten
Uitgever





Tech, Data en Ethiek: De Ondernemer in het Tijdperk van AI

Artificial Intelligence is geen toekomstmuziek meer. Het is geen experiment in een innovatiehoek of een speeltje voor techbedrijven. AI is in hoog tempo een integraal onderdeel geworden van de bedrijfsvoering in Nederland — van MKB tot multinational. Van klantenservice tot logistiek, van marketing tot risicomanagement: algoritmes nemen taken over, versnellen processen en leveren inzichten die voorheen ondenkbaar waren.

Tekst: redactie. | Foto's: redactie

Maar met die kansen groeit ook de verantwoordelijkheid. Bestuurders en ondernemers staan voor een fundamentele vraag: hoe benutten we de kracht van AI zonder controle te verliezen over ethiek, privacy, reputatie en compliance?

Van hype naar strategisch instrument

De eerste golf van AI-toepassingen draaide vooral om efficiëntie. Chatbots die klantvragen beantwoorden. Software die facturen automatisch verwerkt. Predictive analytics die verkoopvoorspellingen nauwkeuriger maken. Inmiddels verschuift de inzet van AI naar een strategischer niveau.

Bedrijven gebruiken AI voor productontwikkeling, gepersonaliseerde dienstverlening en zelfs strategische besluitvorming. Data wordt het fundament van concurrentiekracht. Organisaties die hun datahuishouding op orde hebben, kunnen sneller inspelen op marktveranderingen en beter inspelen op klantgedrag.

Toch is technologie alleen niet voldoende. AI is zo sterk als de kwaliteit van de data en de visie van het management dat haar inzet. Zonder duidelijke strategie blijft AI een verzameling losse tools zonder samenhang of richting.

De bestuurskamer aan zet

AI is geen IT-onderwerp meer. Het is een boardroom-onderwerp. De impact raakt de kern van de organisatie: reputatie, governance, risicobeheer en lange termijn waardecreatie.

Bestuurders moeten zich verdiepen in vragen als:

- Welke processen automatiseren we — en welke niet?
- Hoe waarborgen we transparantie in algoritmische besluitvorming?
- Wie is verantwoordelijk wanneer een AI-systeem fouten maakt?

De Europese AI-wetgeving dwingt organisaties bovendien om risico's systematisch in kaart te brengen. Dat betekent classificatie van toepassingen, documentatie van

besluitvorming en toezicht op hoog-risico-systemen. Compliance wordt daarmee een integraal onderdeel van AI-strategie.

Voor ondernemers betekent dit niet dat innovatie moet vertragen. Wel dat innovatie gepaard moet gaan met duidelijke kaders.

Data als strategisch kapitaal

Data wordt vaak het "nieuwe goud" genoemd, maar in werkelijkheid is het eerder het nieuwe fundament. Zonder gestructureerde, betrouwbare data werkt geen enkel AI-model optimaal.

Veel organisaties onderschatten echter de staat van hun data. Versnipperde systemen, onvolledige datasets en gebrek aan eigenaarschap vormen grote obstakels. Voordat AI werkelijk waarde kan toevoegen, moeten bedrijven investeren in datakwaliteit, integratie en governance.

Dat vraagt om een cultuurverandering. Data moet niet alleen beschikbaar zijn, maar ook begrepen worden. Medewerkers op alle



niveaus moeten datavaardig worden – van management tot operationele teams.

Ethische dilemma's en reputatierisico

Waar data en algoritmes beslissingen beïnvloeden, ontstaan ethische vraagstukken. Denk aan wervingssoftware die onbedoeld discriminerende patronen versterkt. Of kredietbeoordelingsmodellen die bepaalde groepen systematisch benadelen.

Transparantie wordt daarom een sleutelbegrip. Klanten en stakeholders willen weten hoe beslissingen tot stand komen. "Black box"-systemen roepen wantrouwen op.

Reputatieschade door verkeerd gebruik van AI kan groot zijn – en snel gaan. In een tijd waarin nieuws zich razendsnel verspreidt, is één incident voldoende om vertrouwen te ondermijnen. Proactief ethisch beleid is daarom geen luxe, maar noodzaak.

De menselijke factor

Een veelgehoorde zorg is dat AI banen vervangt. In de praktijk blijkt dat automatisering vooral repetitieve taken overneemt, waardoor medewerkers zich kunnen richten op complexere en creatievere werkzaamheden.

De echte uitdaging ligt in her- en bijscholing. Organisaties die investeren in digitale vaardigheden en een lerende cultuur creëren, profiteren het meest van AI-implementatie. Technologie en mens versterken elkaar wanneer ze goed worden geïntegreerd.

Leiderschap speelt hierin een cruciale rol. Transparante communicatie over veranderingen voorkomt weerstand en vergroot betrokkenheid. Medewerkers moeten begrijpen waarom AI wordt ingezet en hoe het hun werk ondersteunt in plaats van bedreigt.

Concurrentiekracht in een digitale economie

Nederland heeft een sterke digitale infrastructuur en een innovatieve ondernemerscultuur. Dat biedt kansen om internationaal een voortrekkersrol te spelen in verantwoorde AI-toepassingen.

Bedrijven die AI combineren met duidelijke ethische richtlijnen kunnen zich onderscheiden. Vertrouwen wordt een concurrentievoordeel. Klanten kiezen steeds vaker voor organisaties die zorgvuldig omgaan met data en technologie.

Daarnaast opent AI nieuwe businessmodellen. Denk aan gepersonaliseerde diensten, voorspellend onderhoud in de industrie of data-gedreven abonnementsmodellen. De vraag is niet of AI waarde kan creëren, maar hoe snel organisaties bereid zijn hun strategie erop aan te passen.

Van experiment naar integratie

Veel bedrijven bevinden zich nog in de experimentele fase. Kleine pilots, losse toepassingen, proof-of-concepts. De volgende stap is integratie: AI structureel verankeren in processen en besluitvorming. Dat vraagt om duidelijke governance, multidisciplinaire teams en een lange

termijn visie. AI moet aansluiten bij de kernstrategie van de organisatie, niet bij incidentele innovatiedrang.

De balans tussen innovatie en verantwoordelijkheid

Het tijdperk van AI vraagt om een nieuwe balans. Ondernemers moeten snelheid combineren met zorgvuldigheid. Innovatie met toezicht. Data-gedreven beslissingen met menselijke waarden.

Wie AI uitsluitend ziet als kostenbesparend instrument, mist de bredere strategische potentie. Wie de risico's negeert, speelt met reputatie en continuïteit.

De toekomst behoort toe aan organisaties die technologie niet alleen omarmen, maar ook beheersen. Die investeren in data, in mensen en in ethische kaders. Die begrijpen dat vertrouwen de basis is van digitale transformatie.

AI is geen doel op zich. Het is een krachtig middel. De vraag voor ondernemers en bestuurders is niet of zij deel willen uitmaken van dit tijdperk – dat zijn ze al. De echte vraag is hoe zij leiding geven aan deze ontwikkeling. Met visie. Met verantwoordelijkheid. En met het besef dat technologische vooruitgang pas echt waardevol is wanneer zij bijdraagt aan duurzame, betrouwbare groei.



Gebrekkige data belemmert besluitvorming bij 1 op de 3 organisaties

Internationaal onderzoek naar besluitvorming, data en governance

Ondernemen is tegenwoordig allesbehalve voorspelbaar. Geopolitieke ontwikkelingen en economische onzekerheid zetten besluitvorming onder druk. Dat vergroot de behoefte aan samenhangende data en real-time inzicht, zodat organisaties sneller kunnen bijsturen. Uit de Executive Benchmark Survey van Workiva* blijkt dat wereldwijd 79 procent van de bestuurders daarom prioriteit geeft aan data-automatisering en governance; in Nederland geldt dit voor 7 op de 10 van de besluitvormers.

Tekst: redactie. | Foto: redactie

Versnipperde data remt uitvoering en vergroot risico's

Wanneer bedrijfsafdelingen onvoldoende real-time inzicht hebben en data niet delen, wordt het lastiger om bedrijfsdoelen te realiseren. Bestuurders die automatisering als prioriteit zien, richten zich daarom op het verbeteren en verbinden van datastromen.

Wereldwijd noemt 34 procent slechte of vertraagde operationele beslissingen als belangrijkste gevolg van gebrekkige data. Daarnaast wijst 26 procent op boetes van toezichthouders en 23 procent op afnemend vertrouwen van investeerders. In Nederland zijn de gevolgen vergelijkbaar: 31 procent wijst op slechte of vertraagde beslissingen als grootste risico, gevolgd door boetes (26%) en minder vertrouwen van investeerders (13%).

Betrouwbare data als basis voor transformatie Informatie moet helder, consistent en tijdig zijn om besluitvorming te ondersteunen. Dat vraagt om gerichte investeringen. Wereldwijd investeert 73 procent van de organisaties in IT-ondersteuning om data- en financiële processen te verbeteren, tegenover 61 procent in Nederland. Daarnaast reserveert 71 procent wereldwijd hiervoor een specifiek budget, terwijl dit in Nederland 57 procent is.

Deze investeringen gaan hand in hand met organisatorische keuzes. Wereldwijd heeft 46 procent van de organisaties een Chief Transformation Officer (CTO) aangesteld; in Nederland ligt dat aandeel met 54 procent hoger. Dit onderstreept dat digitale transformatie niet alleen een technisch vraagstuk is, maar ook een bestuurlijke verantwoordelijkheid.

AI-toepassingen: Nederland in internationaal perspectief

De inzet van AI neemt verder toe, waardoor betrouwbare data nog belangrijker wordt. AI is immers zo goed als de data waarop het draait. Wereldwijd geeft 91 procent van de respondenten aan dat AI financiële besluitvorming versnelt en verbetert; in Nederland is dat 81 procent. Ook binnen rapportageprocessen wint AI terrein. Zo gebruikt 65 procent wereldwijd AI in specifieke onderdelen van kwartaal- of jaarrapportages, tegenover 57 procent in Nederland. Daarnaast zet 46 procent AI breder in binnen het rapportageproces, wat in Nederland vergelijkbaar is met 41 procent.

Governance volgt op gebruik

Met de bredere inzet van AI groeit ook de behoefte aan duidelijke afspraken, toezicht en controle. Om AI duurzaam toe te passen,

investeren organisaties in toetsing en standaardisatie. Wereldwijd laat 76 procent van de organisaties het gebruik van AI-modellen toetsen via interne afdelingen; in Nederland is dat zelfs 81 procent.

Deze vorm van toetsing is een van de stappen die organisaties zetten om AI beheersbaar toe te passen. De cijfers uit het onderzoek laten zien in hoeverre organisaties wereldwijd en in Nederland ook andere basisvoorwaarden voor AI-gebruik hebben ingericht, zoals governance, budgettering, training en duidelijke doelstellingen:

Hieruit blijkt dat deze randvoorwaarden wereldwijd vaker zijn vastgelegd dan in Nederland, terwijl ze ook internationaal nog niet overal volledig zijn ingericht. Dat past bij de fase waarin veel organisaties zich bevinden: AI wordt al breed toegepast, terwijl beleid, verantwoordelijkheden en controlemechanismen nog worden vastgelegd.

*Het onderzoek is gebaseerd op inzichten van 1.497 professionals op het gebied van finance, duurzaamheid, audit en risicobeheer die verantwoordelijk zijn voor corporate reporting.



Ziekteverzuim in Nederland opnieuw gestegen: ontdek de 5 belangrijkste oorzaken

Wat zijn de vijf meest voorkomende oorzaken van ziekteverzuim bij Nederlandse bedrijven?

Langdurig ziekteverzuim ontstaat meestal niet door één oorzaak, maar door een samenkomst van verschillende factoren. Aan welke oorzaken moet je dan denken? En hoe bereid je je hier als werkgever op voor?

Tekst: CBS en Schouten Zekerheid | Foto: getimg

Het ziekteverzuim blijft stijgen in Nederland

Volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek is het ziekteverzuim in het eerste kwartaal van 2025 opnieuw gestegen (CBS, 2025): van 5,5% in 2024 naar 5,8% in 2025. Vooral psychische klachten kennen een stijging: na griep en verkoudheid behoren zij tot de meest genoemde redenen voor ziekteverzuim onder werknemers. Deze stijging past binnen een bredere trend die al meerdere jaren zichtbaar is. Het verzuim wordt niet alleen frequenter, maar ook langduriger, waardoor werkgevers steeds vaker met de handen in het haar zitten.

De grootste oorzaken van langdurig ziekteverzuim

De meest voorkomende oorzaken van langdurig ziekteverzuim zijn in te delen in privé-gerelateerde en werk gerelateerde oorzaken. We zetten de belangrijkste voor je op een rij:

De privé-gerelateerde en werk gerelateerde oorzaken

Psychische en mentale klachten. Klachten zoals stress, burn-out, angststoornissen en depressie vormen één van de belangrijkste oorzaken van langdurig ziekteverzuim. Deze klachten nemen structureel toe en leiden steeds vaker tot langdurige uitval.

Veeleisende privéomstandigheden. Mantelzorg, financiële zorgen, relatieproblemen of

rouw kunnen mentaal erg hun tol eisen. Wanneer deze factoren samenkomen met werkdruk, neemt het risico op langdurige uitval aanzienlijk toe.

Chronische lichamelijke klachten. Chronische aandoeningen zoals rug- en nekklachten, hart- en vaatziekten en andere langdurige gezondheidsproblemen kunnen het werkvermogen van werknemers erg beperken. Wanneer de werkbelasting onvoldoende wordt aangepast aan de belastbaarheid van de medewerker, kan dit ertoe leiden dat een medewerker niet meer door kan.

Hoge werkdruk en stress. Een structureel hoge werkdruk is één van de meest voorkomende werkgerelateerde oorzaken van langdurig ziekteverzuim. Stress ontstaat vooral wanneer medewerkers weinig autonomie ervaren, verwachtingen onduidelijk zijn en herstelmomenten ontbreken. Langdurige werkstress vergroot niet alleen de kans op mentale klachten, maar verhoogt ook het risico op fysieke klachten en burn-out.

Verstoorde werk-privébalans. De toename van hybride en flexibel werken heeft voordelen, maar zorgt ook voor vervagende grenzen tussen werk en privé. Medewerkers staan vaker 'altijd aan', nemen minder rust en vinden het over het algemeen lastiger om hun werk los te laten.

Waarom langdurig ziekteverzuim vaak te laat wordt herkend

Hoewel er tal van redenen zijn waarom medewerkers kunnen uitvallen, is het in de praktijk vaak moeilijk om de signalen tijdig op te vangen en aan te pakken. Werkgevers vinden het soms lastig om hierover het gesprek aan te gaan, zeker wanneer klachten deels privé gerelateerd zijn.

Wat kun je als werkgever doen?

Hoewel ziekte nooit volledig te voorkomen is, kunnen werkgevers wel degelijk invloed uitoefenen op de duur en impact van ziekteverzuim. Preventie, aandacht voor mentale gezondheid en tijdige ondersteuning zijn hierbij cruciaal.

Krijg grip op het verzuim in jouw organisatie

Langdurig ziekteverzuim laat zien hoe kwetsbaar organisaties kunnen zijn voor onverwachte uitval. Juist daarom is het belangrijk om niet alleen in te zetten op preventie, maar ook goed voorbereid te zijn op de financiële gevolgen wanneer ziekte toch langer aanhoudt. Weet jij of jouw organisatie goed verzekerd is voor onverwachte ziektegevallen bij medewerkers? Of heb je behoefte aan onafhankelijk advies over verzuimrisico's en passende oplossingen? Bij Schouten Zekerheid kijken we graag met je mee en geven we je helder en persoonlijk advies, zodat je als werkgever weet waar je aan toe bent.



**BUSINESS
EVENT**
VEENENDAAL

Hoofdsponsors



olenz notarissen



Rabobank



Goudsponsors



Levitudo



SCHUITEMAN
ACCOUNTANTS & ADVISEURS



Bronssponsors

RESIDENCE
KHENEN

THEATER
LAMPEGIET



De Rijnpost



de indruk

DE ZAKENMARKT
Zakemagazine voor ondernemers en bestuurders in de FOOD VALLEY regio



VAN DER HEIDEN
CHEESE SERVICES
Creating Premium Quality



TREFFEND&CO



www.BusinessEventVeenendaal.nl

#DITISVEENENDAAL



Op de foto: de Genomineerden 2026

De spanning stijgt voor de 12 genomineerde ondernemers van het Business Event Veenendaal. Op dinsdag 24 maart staan zij op het podium tijdens hét ondernemersfeest van het jaar in Theater Lampegiet. Dan maakt de jury bekend wie de winnaars zijn van deze 19de editie.

Tekst: Business Event Veenendaal Foto: Annemarie Bakker Fotografie

Nadat medio vorig jaar de Voordrachtscommissie een lijst met kandidaten opgesteld had, is de jury met het selectieproces gestart. Begin december 2025 resulteerde dit in een prachtige lijst met 12 succesvolle en betrokken ondernemers. Ze zijn verdeeld in vier categorieën (zie kader). De jury heeft deze bedrijven bezocht en zij hebben zich gepresenteerd tijdens de pitchbijeenkomst in het gemeentehuis. 'Dat is het moment dat de juryleden alle Genomineerden zien en ook vragen kunnen stellen. Het zijn echt weer fantastische ondernemers die hun podiumplaats dik verdienen hebben', aldus Arnaud Wilod Versprille. Hij zal ook dit jaar als voorzitter van de jury de winnaars bekendmaken.

24 maart 2026
Theater Lampegiet

Rabo Publieksprijs

Er wordt op 24 maart nog een vijfde trofee uitgereikt: de Rabo Publieksprijs. Alle Genomineerden zijn al enthousiast bezig om stemmen te werven via Social Media. Iedereen mag (één keer per IP-adres) zijn of haar stem uitbrengen op BusinessEventVeenendaal.nl/stemmen. Dit kan tot maandagochtend 23 maart 09.00 uur.

Nu kaarten bestellen

De presentatie is deze avond weer in handen van Klaas van Kruistum. Hij zorgt ervoor dat alle Genomineerden goed tot hun recht komen op het podium en houdt tegelijk de vaart erin. Daardoor is er na een kort en krachtig programma nog volop gelegenheid voor een gezellige nazit in de foyer van de Lampegiet. Dankzij de Hoofdsponsors en Businesspartner (zie pagina hiernaast) bedraagt ook dit jaar de toegangsprijs € 35 ex btw en dat is inclusief alle hapjes en drankjes. Het belooft weer een mooie feestavond te worden. Kaarten voor dit bruisende ondernemersfeest zijn nog te bestellen op Lampegiet.nl/agenda bij 24 maart. Wacht niet te lang, want de belangstelling is erg groot.

Genomineerd 2026

Familiebedrijf

Cluistra aanhangwagens
Gebr. Henken
Machinefabriek de Wilde

Winkelstadprijs

Juwelier Laméris
Konings Optiek
Toko Veenendaal

MVO-prijs

Quaadraat Global
Van Dijk Groenvoorziening
VenFeld

Ondernemersprijs

Helder doelgerichte trainingen
Hoenderdaal Fasteners
Peacock

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



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



THEMAXX
VEENENDAAL

Karten
Bowlen
Lasergame
Simracen
Glowgolf
Escape rooms

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

Meer bekendheid & zichtbaarheid & een (nog) beter imago

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



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

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

24/7 GARANTIE OP ADEQUATE & PROFESSIONELE BEVEILIGING?



ONTDEK HET IN ONZE
SIGNAAL BEWAKING WEBSHOP

SIGNAAL BEWAKING **SCHIPPER SECURITY**

WAAROM COMMUNICEREN IN DE ZAKENMARKT?

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

WAT WIJ BIEDEN....

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

We adviseren u graag!

Neem contact met ons op voor de communicatiemogelijkheden.

info@dezakenmarkt.nl



FALCON
COMPRESSOREN

- Compressoren
- Pneumatiek
- Leidingssystemen
- Persluchtgereedschap
- Persluchttechniek

24 UUR SERVICE **AIRHOUSE.NL**

MILJOENEN MENSEN UIT **OEKRAÏNE** OP DE VLUCHT

Uw hulp is nu nodig



Doneer via [unhcr.nl](#)



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

RESELLERS BUSINESS

✓ Nieuwssite ✓ Social Media

www.resellersbusiness.nl

  @ResellersBis

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



Nabestaanden van ondernemers geholpen met regelhulp

Wanneer een ondernemer overlijdt, krijgen nabestaanden naast het verdriet vaak te maken met veel regelwerk rondom het bedrijf dat achterblijft. Om hen hierbij te ondersteunen, is een nieuwe digitale tool ontwikkeld. Deze online tool geeft snel en overzichtelijk inzicht bij welke instanties ze terecht kunnen en welke zaken prioriteit hebben of nog kunnen wachten. Dit hulpmiddel is beschikbaar via ondernemersplein.nl/nabestaanden.

Tekst: redactie. | Foto: redactie

De regelhulp is tot stand gekomen in nauwe samenwerking tussen Ondernemersplein, de Belastingdienst, de Kamer van Koophandel (KVK) en de Rijksdienst van Ondernemend Nederland (RVO). Het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK) gaf opdracht tot de ontwikkeling.

Regelhulp geeft overzicht

Het overlijden van een ondernemer brengt vaak, naast veel emoties, ook ingewikkelde keuzes met zich mee: moet het bedrijf worden voortgezet of beëindigd, welke administratieve verplichtingen spelen direct en wat kan later? De regelhulp biedt nabestaanden een overzicht van de belangrijkste zaken die geregeld moeten worden en informatie over prioriteiten: wat moet direct, wat kan wachten. Maar ook doorverwijzingen naar de juiste instanties en praktische tips.

Ondersteuning in moeilijke tijden

De regelhulp geeft nabestaanden houvast in een periode die vaak chaotisch en emotioneel zwaar is. Daarnaast kunnen zij rekenen op ondersteuning via onder andere de Belastingtelefoon voor nabestaanden en de KVK Nabestaandendesk. Het nemen van beslissingen en het uitvoeren van regelzaken blijft uiteraard de verantwoordelijkheid van de nabestaanden zelf.

Overweldigende hoeveelheid regelwerk

Klaas Damstra, coördinator namens KVK: "Wanneer een ondernemer overlijdt, komt er voor nabestaanden, naast het verdriet, vaak een overweldigende hoeveelheid regelwerk op hen af. Met deze regelhulp willen we juist in die moeilijke periode een stukje rust en overzicht bieden. Niet alles hoeft tegelijk. Het is onze hoop dat nabestaanden zich gesteund voelen en weten dat ze er, zeker in de eerste

maanden na het overlijden, niet alleen voor staan."

Samenwerking voor ondernemers

Ondernemersplein is het centrale platform van de overheid voor ondernemers in Nederland. Hier werken organisaties zoals de Belastingdienst, KVK en RVO samen om ondernemers te informeren en te adviseren over wetten en regels, vergunningen, belastingzaken, subsidies en meer. Met de introductie van de tool wordt dit aanbod uitgebreid met een voorziening die nabestaanden van ondernemers ondersteunt in een van de meest ingrijpende periodes van hun leven.

Versnipperde geldstromen grootste uitdaging voor CFO's

Blijkt uit gezamenlijk Treasury Report van Adyen en BCG

Versnipperde geldstromen vormen een groeiend probleem voor grote organisaties. De gemiddelde onderneming beheert 40 bankrekeningen, werkt met 12 providers voor pay-ins en payouts en onderhoudt vijf tot zes bankrelaties. 48% van de CFO's noemt data-gedreven inzichten en forecasting van liquiditeit als hun grootste uitdaging. Respondenten zien consolidatie als een essentieel middel om geldbeheer te vereenvoudigen en zo te verbeteren.

Tekst: redactie. | Foto: redactie

Complexiteit en fragmentatie drukken steeds zwaarder op corporate finance. Treasury dreigt hierdoor te verschuiven van strategisch instrument naar operationeel knelpunt, waar inefficiënte systemen en handmatige processen besluitvorming vertragen en rendement op werkkapitaal beperken. Dat blijkt uit het nieuwe Treasury Report van Adyen, het wereldwijde financiële technologieplatform voor toonaangevende bedrijven, en Boston Consulting Group (BCG).

Het belangrijkste inzicht is duidelijk: het toenemende aantal bank- en betalingsrelaties beperkt het zicht op beschikbare cash, legt extra druk op financiële teams en verlaagt rendementen op werkkapitaal. Tegelijkertijd zien finance-leaders grote kansen om operationele en financiële waarde vrij te maken door geldbeheer te consolideren en technologie slimmer in te richten.

De kosten van fragmentatie

Het rapport laat zien hoe complex de treasury-omgeving van grote organisaties vandaag is:

Te veel partners, te weinig overzicht: De gemiddelde onderneming onderhoudt vijf tot zes bankrelaties en beheert meer dan 40 afzonderlijke bankrekeningen. Daarnaast werken bedrijven met gemiddeld 12 verschillende providers voor pay-ins en payouts. Deze versnippering beperkt het overzicht op geldstromen en maakt betrouwbare forecasting lastiger.

De prijs van complexiteit: Wanneer geld over te veel rekeningen en systemen is verdeeld, wordt het minder efficiënt ingezet, zijn grotere financiële buffers nodig en laten bedrijven rendement liggen. Daardoor hebben bedrijven minder financiële speelruimte

en komt innovatie langzamer op gang, wat uiteindelijk ook de klantervaring raakt.

Acute uitdaging voor grote organisaties: Een op de vier bedrijven heeft moeite om liquiditeit en werkkapitaal optimaal te beheren. Tegelijkertijd geeft bijna de helft van de CFO's aan dat gebrek aan datagedreven inzicht en voorspelling van liquiditeit hun grootste uitdaging is. Het consolideren van bankkoppelingen kan kosten verlagen, kapitaal vrijmaken en treasury-teams structureel ontlasten.

Operationeel risico neemt toe: Gebrek aan operationele controle, van betaalgoedkeuring en transactieverwerking tot reconciliatie over meerdere systemen, wordt door treasurers gezien als het grootste risico. In businessmodellen met korte operationele cycli vergroot het tijdsverschil tussen pay-ins en payouts dat risico en beperkt het de mogelijkheid om rendement op werkkapitaal te realiseren. Voor 18% van de CFO's is juist de snelheid van betalingen hun grootste uitdaging.

Hoge handmatige werkdruk: Door die complexiteit besteden treasury-teams een aanzienlijk deel van hun tijd aan taken met beperkte toegevoegde waarde. Volgens het rapport gaat 10% van de tijd naar het inzichtelijk maken van accounts, 13% aan het beheren van bankrelaties en meer dan 20% aan het afhandelen van pay-ins en payouts. Het consolideren van geldbeheersystemen kan deze werkdruk aanzienlijk verlagen.

"Treasurers kijken verder dan het optimaliseren van liquiditeit alleen. Ze richten zich op de volledige geldstroom, van pay-in tot payout, met de klantervaring als uitgangspunt. Die ontwikkeling gaat de volgende generatie cor-

porate finance vormgeven", aldus Ethan Tاندowski, CFO van Adyen.

De kansen van unificatie

Naarmate ondernemingen groeien, nemen ook de complexiteiten van gefragmenteerde geldstromen toe. Het rapport signaleert een structurele verschuiving van fragmentatie naar unificatie, waarbij geldstromen niet langer een belemmering vormen, maar juist een strategisch voordeel en groeimotor worden.

De toekomst is geïntegreerd: Hoewel respondenten erkennen dat meerdere providers nodig blijven, geeft 74% aan behoefte te hebben aan meer geïntegreerde geldbeheeroplossingen die de volledige cashcyclus ondersteunen.

Consolidatie is essentieel: Van de bedrijven die zoeken naar een geïntegreerde oplossing zegt 88% het aantal providers te willen terugbrengen.

beschikbaar en finance-teams zijn klaar om te vereenvoudigen en te verbeteren. Het is nu aan CFO's om hogere eisen te stellen aan hun treasuryfunctie en aan de partners die daarin ondersteunen," aldus Stanislas Nowicki, Managing Director en Partner bij Boston Consulting Group.





Geopolitieke spanningen zetten de interne veiligheid van Europese organisaties onder druk

84% van Europese organisaties met een hoog risicoprofiel heeft onvoldoende vertrouwen in de eigen capaciteit om insider-incidenten te detecteren en op te volgen. Dat blijkt uit het vandaag gepubliceerde Insider Risk Trend Report 2026 van veiligheidsadviesbureau Signpost Six.

Tekst: redactie. | Foto: getimg

Europese organisaties staan onder toeneemende druk door geopolitieke ontwikkelingen, maar lijken onvoldoende oog te hebben voor veiligheidsrisico's die van binnenuit ontstaan. Insider risk - het risico op spionage, sabotage of strategische beïnvloeding door eigen medewerkers, contractanten of externe leveranciers - vormt daarmee een structurele kwetsbaarheid.

Volgens het rapport is insider risk niet langer incidenteel, maar een fundamenteel risico in een wereld waarin geopolitieke conflicten steeds vaker worden uitgevochten via economische, technologische en maatschappelijke kanalen. Statelijke actoren, criminele netwerken en activistische bewegingen richten zich daarbij steeds vaker op de menselijke factor. Werken met insiders die reeds toegang hebben tot systemen, kennis en besluitvorming is vaak effectiever en minder zichtbaar dan klassieke cyberaanvallen of fysieke sabotage.

Signpost Six noemt verschillende geopolitieke ontwikkelingen die het insider risk aan-

zienlijk doen toenemen. De eerste is hybride oorlogsvoering, waarbij staten hun rivaliteit steeds vaker buiten het klassieke militaire domein tonen. Commerciële organisaties, van kritieke infrastructuur tot technologiebedrijven en logistieke knooppunten, zijn daardoor steeds vaker doelwit van spionage en sabotage. "Statelijke actoren en georganiseerde criminele netwerken richten zich op medewerkers binnen organisaties. Hun directe toegang tot locaties en gevoelige informatie maken hen een aantrekkelijk en effectief doelwit", aldus Dennis Bijker, CEO van Signpost Six.

Tegelijkertijd maken statelijke actoren in toenemende mate gebruik van criminele netwerken als proxies om operaties uit te voeren met minimale herleidbaarheid. Medewerkers worden daarbij steeds extremer en systematischer onder druk gezet met financiële verleidingen, dreigementen en chantage.

Daarnaast heeft de globalisering van toeleveringsketens de kwetsbaarheid van

organisaties aanzienlijk vergroot. Toegang tot kritieke systemen en processen ligt steeds vaker bij externe leveranciers die opereren onder verschillende juridische en politieke regimes. Geopolitieke spanningen kunnen daardoor direct doorwerken in de dagelijkse operatie.

De huidige context maakt duidelijk dat technische en fysieke beveiliging alleen niet langer volstaan. Organisatorische weerbaarheid vraagt om expliciet risicoeigenaarschap op bestuurlijk niveau en intensieve samenwerking tussen HR-, security-, risicomanagement- en legal afdelingen. Geopolitiek speelt zich niet langer uitsluitend buiten de organisatie af, maar ook binnen haar muren. Wanneer deze realiteit wordt genegeerd, lopen medewerkers het risico onbedoeld doelwit te worden.

Voor het gehele rapport zie: <https://offers.signpostsix.com/insider-risk-trend-report-2026>

Groeiversterker voor ondernemers – van ambitie naar duurzame groei



Tom Baerends en Gerard Oostermeijer

Ondernemen draait niet alleen om cijfers, maar om visie. Ondernemers bepalen hun koers, maar de weg naar groei vraagt steeds vaker om de juiste financiële keuzes en een sterke strategische basis. Waar het vroeger vooral ging om groei realiseren, draait het vandaag om groei versterken. Vanuit die ontwikkeling hebben wij, als Financieringsgilde, onze nieuwe strategie gelanceerd: Groeiversterker voor ondernemers.

een passende financieringsstructuur, inzicht in risico en rendement en ruimte voor toekomstige stappen. Het resultaat is niet alleen toegang tot financiering, maar een onderneming die wendbaar en weerbaar blijft.

De rol van de adviseur

De financieringsmarkt stelt hogere eisen dan ooit. Financiers kijken verder dan cijfers alleen en beoordelen vooral de kwaliteit van plannen en strategie. Dat vraagt om zorgvuldige voorbereiding en een duidelijke vertaling van ambities naar een onderbouwd verhaal.

De adviseur ontwikkelt zich daarom steeds meer tot strategisch partner: betrokken, onafhankelijk en gericht op oplossingen die passen bij de ondernemer en zijn onderneming.

Tot slot

Met Groeiversterker voor ondernemers kiezen wij bewust voor een langetermijnvisie. Niet gericht op snelle oplossingen, maar op structurele waardecreatie en ondernemingen die sterker groeien.

Bij Financieringsgilde Ede – Veenendaal helpen wij ondernemers hun ambities te vertalen naar een solide financiële basis en duurzame groei. Want een sterke onderneming groeit niet vanzelf. Die wordt bewust gebouwd.

Financiering als middel, niet als doel

Financiering is geen eindpunt, maar een middel om ambities te realiseren. Of het nu gaat om investeren in vastgoed, een bedrijfsovername, extra werkkapitaal of verduurzaming, de financiering moet passen bij de onderneming, de plannen en het tempo van groei. In de praktijk zien we dat ondernemers behoefte hebben aan meer dan alleen kapitaal. Zij zoeken een sparringpartner die meedenkt, structuur aanbrengt en helpt keuzes te maken die hun onderneming sterker maken. Niet alleen de vraag óf financiering mogelijk is, maar vooral hoe deze bijdraagt aan duurzame groei.

Groei versterken in de praktijk

Groeiversterking betekent het structureel verbeteren van de financiële positie en toekomstbestendigheid van een onderneming. Denk aan

Financieringsgilde Ede – Veenendaal

Frankeneng 17G in Ede (6716 AA)

Tom Baerends en Gerard Oostermeijer

085-4829349

ede-veenendaal@financieringsgilde.nl

FINANCIERINGSgilde

Bedrijven moeten stoppen met het onnodig opslaan van klantgegevens

Tekst: redactie

De Autoriteit Persoonsgegevens (AP) roept het aankomende kabinet op om meer te doen tegen bedrijven die massaal persoonsgegevens verzamelen. Een oproep die ik van harte ondersteun, omdat cybercriminelen er maar al te vaak in slagen persoonsgegevens te bemachtigen na een succesvolle cyberaanval. Het is tijd dat organisaties kritischer kijken naar welke data ze écht nodig hebben, zodat ze de schade na een cyberaanval kunnen beperken.

Steeds vaker krijgen bedrijven en dus ook hun klanten te maken met een datalek. Daarbij worden persoonlijke gegevens buitgemaakt die op het darkweb belanden. Cybercriminelen gebruiken deze informatie om identiteiten over te nemen, bestellingen te plaatsen of overtuigende phishingmails te versturen.

Vaak vragen bedrijven meer informatie dan nodig: telefoonnummers, geboortedata, geslacht of zelfs het beroep van een klant. Niet voor de dienstverlening, maar voor marketingdoeleinden. Een gepersonaliseerde verjaardagsmail is geen rechtvaardiging om zulke data langdurig op te slaan.

Bedrijven moeten stoppen met het verzamelen van onnodige persoonsgegevens. Alleen gegevens die strikt noodzakelijk zijn voor het leveren van een dienst mogen worden opgeslagen, en dan ook zo kort mogelijk bewaard. Op die manier beperken organisaties niet alleen de risico's voor hun klanten, maar verkleinen ze ook hun eigen aansprakelijkheid en de kans op reputatieschade na een datalek. Goede service is daarbij goed mogelijk met minder data.

Tegelijkertijd moeten consumenten zich bewuster worden van de gegevens die ze online delen. Veel websites vragen meer dan nodig, maar geven gebruikers wel de keuze. Mensen moeten alleen verplichte velden invullen en kritisch zijn bij elk verzoek om extra gegevens. Als een bedrijf je om je geboortedatum vraagt bij het kopen van een nieuwe trui, is het de vraag of dat bedrijf wel voldoende nadenkt over de bescherming van jouw gegevens.

Een veiligere digitale samenleving begint bij de bewustwording van onze privacyrechten en het maken van een weloverwogen keuze over het delen van persoonsgegevens.



Recordkwartaal voor durfkapitaal wereldwijd, investeerders zetten vol in op AI

Europa blijft stabiel dankzij megadeals, Nederlandse markt liet sterke eindsprint

De wereldwijde durfkapitaalinvesteringen (VC) schoten in het laatste kwartaal van 2025 naar het hoogste niveau in ruim drie jaar. In Q4 werd wereldwijd ongeveer €118 miljard geïnvesteerd. Hiermee komt het totaal voor 2025 uit op meer dan €426 miljard, fors meer dan de €334 miljard in 2024. Dat blijkt uit het nieuwste Venture Pulse-rapport van KPMG. De groei is vrijwel volledig te danken aan grote investeringen in AI-gedreven bedrijven, terwijl het totale aantal deals afnam.

Tekst: redactie. | Foto: getimg

Europa: stabiel investeringsniveau, grootste deal bij Revolut

De Europese VC-markt bleef in Q4 2025 sterk ondanks aanhoudende macro-economische en geopolitieke onzekerheid. In totaal werd €18 miljard geïnvesteerd, verdeeld over 1.651 deals. Hoewel het investeringsniveau gezond bleef, daalde het aantal deals voor het derde kwartaal op rij.

De grootste Europese deal in Q4 was de €2,6 miljard-ronde van Revolut (Verenigd Koninkrijk). Het Nederlandse Picnic pakte de vierde plek met €425 miljoen en behoorde daarmee tot de grootste transacties in Europa. De sectoren healthtech en biotech bleven eveneens in trek. Opvallende deals waren onder andere Oura (Finland), dat €774 miljoen ophaalde – de grootste healthtech-financiering ooit in Europa – en Tubulis, een biotech bedrijf (Duitsland) met €308 miljoen.

Wereldwijd: AI bepaalt het tempo, recordkapitaal naar defensie

Wereldwijd nam de totale VC-investering in 2025 sterk toe, ondanks een scherpe daling van het aantal deals. In Q4 2025 ging veel kapitaal naar onder meer AI-infrastructuur (datacenters), kleine taalmodellen (SLM's), robotica en gespecialiseerde AI-oplossingen.

Ook corporate venture capital (CVC) speelde wereldwijd een grote rol. In 2025 investeerden corporates samen €245 miljard, het op één na hoogste niveau ooit, vooral gedreven door recordinvesteringen in AI-bedrijven en -infrastructuur in de Verenigde Staten. Daarnaast bleef defensietechnologie wereldwijd sterk groeien, met recordinvesteringen in onder meer drones, satellieten, cybersecurity en oplossingen voor de bescherming van kritieke infrastructuur. Geopolitieke spanningen en verhoogde defensiebudgetten dragen bij aan positieve vooruitzichten voor deze sector richting 2026.

Nederland: verdubbeling zichtbaar, Picnic grootste deal van 2025

De Nederlandse durfkapitaalmarkt liet in het vierde kwartaal van 2025 een sterke opleving zien. In Q4 werd ongeveer €854 miljoen geïnvesteerd in Nederlandse start-ups en scale-ups. Dat is meer dan een verdubbeling ten opzichte van Q4 2024 (€416 miljoen) en een stijging van 89% vergeleken met Q3 2025 (€451 miljoen). Dit blijkt uit een gezamenlijke analyse van Golden Egg Check, Dealroom.co, KPMG, de Regionale Ontwikkelingsmaatschappijen (ROM's), de Nederlandse Vereniging van Participatiemaatschappijen (NVP), Invest-NL, Techleap en initiatiefnemer Dutch Startup Association (dSa).

Over heel 2025 haalden Nederlandse start-ups €2,5 miljard op aan investeringen, een groei van 5,7% ten opzichte van 2024. Met 24 deals waren seed-rondes van €1 miljoen tot €4 miljoen in Q4 het meest voorkomend, gevolgd door 20 pre-seed-rondes (minder dan €1 miljoen). Het aantal pre-seed-deals liet de sterkste groei zien ten opzichte van het vorige kwartaal. De grootste Nederlandse deal in Q4 en over heel 2025 was opnieuw Picnic (430 miljoen), dat ook in 2024 al de grootste deal was.

“2025 laat zien dat durfkapitaal zich steeds meer concentreert in grootschalige, strategische investeringen, met AI als belangrijkste groeimotor”, aldus Romy Menten, Lead KPMG Emerging Giants bij KPMG. “Vooruitkijkend naar 2026 verwachten we dat investeerders meer zullen investeren in startups met sterke basisprincipes en realistische schaalbaarheidsdoelen. Naast AI blijven ook defensietechnologie, fintech, healthtech en cleantech veel belangstelling trekken, en wordt bovendien verwacht dat investeringen in quantum technologie verder zullen toenemen.

Modern crossmediaal platform voor ondernemers en bestuurders

Gerichte B2B communicatie - In print en online!

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

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

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

Printmedia of online marketing?

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

"Print en online versterken elkaar"

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

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

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

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

Bekendheid & zichtbaarheid & imago

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

Wij bereiken de Directies en Managers van:

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

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

Vertrouwd en succesvol zakendoen begint bij De ZAKENMARKT!

WWW.DEZAKENMARKT.NL



AI-toegang voor lokale ondernemers blijft achter bij grote bedrijven: AI-kloof dreigt

AI speelt een steeds grotere rol in de zakelijke wereld, maar de toegang tot deze technologie is ongelijk verdeeld. Waar grote bedrijven vaak beschikken over kennis, tijd en budget om AI structureel in te zetten, blijkt dit voor veel lokale ondernemers een forse uitdaging. Hierdoor dreigt een digitale kloof te ontstaan waarbij schaalgrootte belangrijker wordt dan vakmanschap. Trustoo, platform voor lokale diensten, zet zich in om deze kloof te dichten en AI toegankelijk te maken voor het mkb.

Tekst: redactie. | Foto: redactie

Kleine ondernemers hebben minder ruimte voor AI

Hoewel de bereidheid om te innoveren groot is, vormt de dagelijkse realiteit op de werkvloer een barrière. Uit recente cijfers van het MKB Barometer onderzoek blijkt dat de helft van de mkb-bedrijven kampt met een personeelstekort van gemiddeld 6 FTE, wat leidt tot een structureel hoge werkdruk. Tegelijkertijd blijft digitalisering juist bij deze bedrijven achter: slechts 6% van de mkb'ers vindt dat hun bedrijf momenteel voldoende geautomatiseerd is. 58% geeft aan dat ze het als mkb-bedrijf lastiger vinden om snel te profiteren van nieuwe technologieën zoals AI. Vooral de kleinste ondernemers (tot 50 werknemers) missen de capaciteit om AI structureel in te zetten. Slechts 28% van hen maakt momenteel gebruik van AI, terwijl dit bij middelgrote bedrijven al op 42% ligt. De behoefte aan vernieuwing is er wel: 59% geeft aan dat verdere automatisering een prioriteit is en 60% denkt dat een gebrek aan automatisering de belangrijkste reden is dat mkb-bedrijven kansen missen.

De grootste drempels die ondernemers ervaren bij het integreren van AI in hun workflow zijn een gebrek aan tijd en mensen (42%), moeite met het vrijmaken van budget (36%) en een tekort aan specifieke technische kennis (27%).

Gevaar voor een ongelijk speelveld

Volgens Lars Freriks, mede-oprichter van Trustoo, ontstaat hierdoor een ongelijk

speelveld, waarbij middelen zwaarder wegen dan expertise: "Juist lokale ondernemers kunnen de meeste tijd winnen met AI, omdat zij veel taken zelf doen. Maar precies doordat ze zo weinig mensen en uren hebben, komen ze niet toe aan implementatie. Zo ontstaat een vicieuze cirkel: geen tijd om te automatiseren, waardoor er nóg minder tijd overblijft. Als we daar niets aan doen, wordt schaal belangrijker dan vakmanschap."

In een survey onder bedrijven die op Trustoo staan, gaf meer dan de helft aan dat ze baat zouden hebben bij een AI-oplossing die communicatie met klanten en opvolging van opdrachten ondersteunt.

Sneller reageren met behulp van AI

Bij klantcommunicatie speelt snelheid vaak een grote rol. Veel grotere bedrijven zijn al dag en nacht bereikbaar met automatische reacties en AI-chatbots. Hierdoor verschuift ook de verwachting van de klant. Uit onderzoek van Trustoo blijkt dat 57% van de consumenten binnen een dag een reactie verwacht, waarvan 20% zelfs binnen enkele uren. Lokale dienstverleners, die vaak op locatie werken, kunnen deze snelheid zonder technologische hulp moeilijk bijbenen. Hierdoor verliezen ze opdrachten aan partijen die sneller reageren.

"Het belang van een snelle reactietijd zien we dagelijks terug in de feedback van mensen die via Trustoo op zoek zijn naar lokale diensten. Om ervoor te zorgen dat kleinere, lokale partijen een eerlijke kans krijgen,

hebben we op ons platform de Trustoo Assistent ontwikkeld," vertelt Wouter Koene, AI-expert bij Trustoo. Deze tool maakt een conceptreactie op aanvragen op basis van het bedrijfsprofiel, de eigen website en eventueel aanvullende informatie die de ondernemer zelf toevoegt. De ondernemer houdt altijd de regie; pas na akkoord wordt het bericht verzonden. Koene benadrukt dat de AI-assistent bedoeld is als ondersteuning, niet als vervanging van het persoonlijke contact dat het mkb zo kenmerkt: "Door de administratieve eerste stap te versnellen, blijft er juist meer ruimte over voor echt maatwerk en menselijk klantcontact."

Over Trustoo

Trustoo brengt consumenten in contact met betrouwbare lokale dienstverleners uit 87 verschillende branches. Het platform brengt bedrijfsinformatie van ruim 50.000 lokale bedrijven overzichtelijk in kaart. Zo zien bezoekers in één oogopslag welk lokaal aanbod er is, welk bedrijf hen het meest aanspreekt en kunnen ze offertes vergelijken. Op die manier hoeven consumenten niet eindeloos online te zoeken naar een dienstverlener en krijgen lokale spelers een eerlijke kans.



Grootse
plannen
maken.
Wij geven
je cijfers.

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

 VAN HARBERDEN Prestig idee.

MUSEUM VliegBasis DEELEN



VANAF SEPTEMBER
Extra
Market Garden
Tentoonstelling

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

 AIRBORNE
REGION



SCHUITEMAN
ACCOUNTANTS & ADVISEURS

De kracht van vooruitzien

Jouw ambities, onze expertise.

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

SCHUITEMAN.COM



**verder kijken,
verder gaan!**



Dennis Blaauwbroek Accountmanager Taxvrij

Maximaal Profiteren: Waarom Taxvrij de Ultieme Secundaire Arbeidsvoorwaarde van 2026 is

Meer netto besteedbaar inkomen voor medewerkers via belastingvrij belonen, zonder extra kosten

In een tijd waarin de kosten van levensonderhoud stijgen, zoeken zowel werkgevers als werknemers naar slimme manieren om het netto besteedbaar inkomen te verhogen. De traditionele loonsverhoging is vaak duur voor de werkgever en wordt door de fiscus flink belast. Hier stapte Taxvrij in als de innovatieve oplossing die de spelregels verandert. Maar wat maakt dit model zo krachtig, en waarom is het juist nu zo relevant?

Tekst: redactie. | Foto: redactie

Meer Koopkracht Zonder Extra Loonkosten

Het kernvoordeel van Taxvrij is simpel maar doeltreffend: medewerkers kunnen tot €1200 per jaar extra te besteden hebben. Dit wordt bereikt door een fiscaal slimme uitruil van arbeidsvoorwaarden. Waar overuren, vrije dagen of brutoloon normaal gesproken zwaar worden belast, zorgt het Taxvrij-model ervoor dat de waarde van deze uren veel efficiënter wordt benut. Medewerkers houden hierdoor maandelijks simpelweg meer geld over onder de streep.

Het mooiste van dit alles? Voor jou als werkgever is dit model volledig kostenneutraal. Je wordt volledig gecompenseerd voor alle kosten, inclusief de administratiekosten en de eindheffing. Dit betekent dat je een significante secundaire arbeidsvoorwaarde kunt bieden die de loyaliteit en tevredenheid verhoogt, zonder dat het je begroting belast.

Een Breed Assortiment aan Bestedingsdoelen

Een benefit is pas waardevol als het aansluit bij de behoeften van de medewerker. Het Taxvrij Platform biedt daarom een breed scala aan mogelijkheden:

Dagelijkse boodschappen: Bespaar direct bij de supermarkt.

Vaste lasten: Verlaag je energierekening.

Vitaliteit: Toegang tot een uitgebreid aanbod om fit en gezond te blijven.

Ontspanning: Van shoppen bij favoriete winkels tot dagjes uit en wellness.

Is het echt te mooi om waar te zijn?

Sommigen vragen zich af of een dergelijk belastingvoordeel wel 'echt' is. Het antwoord is een volmondig ja. Het model van Taxvrij is ontwikkeld in nauwe samenwerking met fiscale experts en is gevalideerd door de kennisgroep van de Belastingdienst.

We maken gebruik van bewezen fiscale wetgeving om een optimaal resultaat te behalen voor zowel de organisatie als de individuele medewerker. Het is geen "maas in de wet", maar het slim en correct toepassen van de bestaande mogelijkheden binnen de werkkostenregeling (WKR).

Wilt u ook zien hoeveel uw medewerkers extra kunnen overhouden? Zullen we een vrijblijvende berekening maken voor uw organisatie

Contactgegevens:

Taxvrij B.V.

Website: www.taxvrij.nl

Contactpersoon: Claire Silderhuis

Telefoon: 0641453942

Email: claire@taxvrij.nl



Social media in Nederland: groei zet door, maar zorgen en “tegenwind” nemen toe

14,6 miljoen Nederlanders gebruiken social media; 2 op de 3 steunen een leeftijdsgrens onder 16 jaar

Het gebruik van social media in Nederland blijft groeien, maar het sentiment kantelt: Nederlanders zien het nut, terwijl de zorgen over mentale impact, verslaving en negatieve invloed van platforms toenemen. Dat blijkt uit het Nationale Social Media Onderzoek 2026 van Newcom (n=6.685, representatief voor Nederlanders van 15 jaar en ouder).

Tekst: redactie. | Foto: getimg

Kerncijfers 2026

14,6 miljoen Nederlanders (15+) gebruiken één of meerdere social media-platformen. Nederlanders gebruiken gemiddeld 4,5 platforms.

Gemiddeld besteden we circa 2 uur per dag aan social media; bij jongeren (15-19) neemt de tijdsbesteding iets af, maar blijft hoog. Stijgers en dalers: vooral Instagram en YouTube groeien door

Binnen de grote platforms vallen dit jaar vooral Instagram en YouTube op als groeiers. Ook TikTok groeit door. Tegelijk: X en Snapchat laten een lichte daling zien in totaal gebruik. Whatsapp gaat met 13,8 Miljoen gebruikers aan kop en is ook dit jaar gestegen in aantal gebruikers.

Opvallend is ook de groei van Polarsteps (sterke toename binnen de top-10) en Signal (flinke groei onder kleinere platforms). Opvallend is dat 93 procent van de Signal gebruikers ook nog steeds Whatsapp gebruikt.

Welzijn: meer Nederlanders ervaren negatieve effecten

De zorgen over de negatieve effecten van social media op welzijn nemen toe en zijn substantieel – met name onder jongeren en ouders.

2,6 miljoen Nederlanders geven aan zich door social media minder gelukkig te voelen. 5,5 miljoen Nederlanders proberen hun social media-gebruik te verminderen.

Ouders maken zich steeds vaker zorgen over het gebruik van hun kind(eren); een meerderheid geeft aan zich hier weleens zorgen over te maken.

“Spanning achter de schermen”: intensief gebruik hangt samen met grotere zorgvraag. Newcom ziet daarnaast een duidelijke samenhang: intensiever social media-gebruik gaat samen met lager fysiek en mentaal welzijn én een grotere zorgvraag. In het rapport wordt benadrukt dat het om verbanden gaat en dat vervolgonderzoek nodig is om oorzaken vast te stellen.

Publieke opinie: steun voor leeftijdsgrens groeit

De roep om grenzen neemt toe. Bijna 2 op de 3 Nederlanders is voor een verbod op social media voor kinderen onder de 16 jaar; die steun is toegenomen en groeit relatief sterk onder Gen Z'ers.

Neil van der Veer (Newcom): “We zien dat social media verder doordringen in het dagelijks leven, maar óók dat het draagvlak groeit voor meer bescherming en bewuster gebruik. Het gesprek verschuift van ‘welke apps zijn populair?’ naar ‘wat doen ze met ons en waar leggen we grenzen?’”

Over het Nationale Social Media Onderzoek 2026

Newcom voert sinds 2010 jaarlijks het grootste trendonderzoek van Nederland uit naar het gebruik van social media. Het onderzoek is in januari 2026 uitgevoerd onder 6.685 respondenten (15+), via een online vragenlijst en is representatief voor de Nederlandse bevolking van 15 jaar en ouder.

Bijna 4 op de 10 zzp'ers ziet mentale uitval als grootste risico voor hun inkomen

Psychische klachten vormen voor een groeiende groep zzp'ers een reëel risico op langdurige uitval. Uit een nieuwe enquête door Arbeidsongeschiktheidsverzekeringen.nl onder 200 zelfstandigen blijkt dat bijna 4 op de 10 zzp'ers (38%) mentale problemen zoals stress of een burn-out zien als grootste bedreiging voor hun inkomen. Tegelijkertijd blijkt dat veel zelfstandigen de duur en financiële impact van mentale uitval nog altijd onderschatten.

Tekst: redactie. | Foto: getimg

Mentale druk neemt toe onder zelfstandigen

Ruim een kwart van de ondervraagde zzp'ers (27%) geeft aan dat de mentale belasting in de afgelopen twee jaar is toegenomen. Vooral ondernemers in de zakelijke dienstverlening, creatieve sector en zorg noemen een hogere werkdruk en onzekerheid over opdrachten als belangrijkste oorzaken. Daarnaast zegt 16% regelmatig last te hebben van stressklachten die het werk beïnvloeden.

Psychische klachten grootste oorzaak van langdurige uitval

Uit eerdere onderzoeken naar arbeidsomstandigheden blijkt dat psychische klachten een belangrijke rol spelen bij langdurige uitval van werkenden in Nederland. Zo blijkt uit een onderzoek van ArboNed & HumanCapitalCare uit 2023 dat 40,1 procent van het langdurige ziekteverzuim wordt veroorzaakt door psychische klachten, zoals stress- en burn-out-klachten. Daarmee vormen mentale problemen een groot deel van de langdurige uitval onder werknemers.

Toch denkt 47% van de ondervraagde zzp'ers dat zij na mentale uitval binnen drie maanden weer volledig aan het werk zouden zijn. Dat beeld wijkt af van wat in bredere arbeidsmarktonderzoeken wordt gezien en lijkt daarmee aan de optimistische kant.

"Zzp'ers onderschatten mentale risico's"

Volgens Gabriël Baysoy, AOV-expert bij Arbeidsongeschiktheidsverzekeringen.nl, onderschatten veel zelfstandigen vooral de duur van herstel. "Bij mentale klachten onderschatten veel zelfstandigen hoe lang herstel kan duren. Het herstel van een burn-out kost in de praktijk vaak maanden, en in zwaardere gevallen zelfs jaren. Dat maakt het risico op langdurige uitval voor zzp'ers extra groot. Toch zien we dat zelfstandigen vooral focussen op lichamelijke risico's. De cijfers laten zien dat mentale uitval een groot risico vormt, maar dat veel zzp'ers daar nog onvoldoende op zijn voorbereid."

Weinig voorzieningen bij mentale uitval

Ondanks de toenemende zorgen heeft slechts 23% van de ondervraagden een voorziening getroffen die ook psychische klachten dekt, zoals een arbeidsongeschiktheidsverzekering.

Een meerderheid (52%) zegt weinig inzicht te hebben in de financiële gevolgen van langdurige mentale uitval. Bij een gemiddeld zzp-inkomen van €3.000 tot €4.000 per maand kan een half jaar uitval al snel oplopen tot een verlies van €18.000 tot €24.000.

Onzekerheid over verplichte AOV zorgt voor afwachtend gedrag

De invoering van de verplichte arbeidsongeschiktheidsverzekering voor zelfstandigen is opnieuw vertraagd. Daardoor blijft onduidelijk welke dekking psychische klachten straks krijgen en welke wachttijd gaat gelden. Volgens Baysoy zorgt die onzekerheid ervoor dat veel zzp'ers blijven wachten, terwijl mentale klachten juist lijken toe te nemen.

Bewustwording groeit, maar actie blijft achter

Hoewel mentale druk onder zelfstandigen toeneemt, blijft de bereidheid om zich hiertegen te beschermen laag. De enquête laat zien dat zzp'ers het risico wel herkennen, maar dat dit nog nauwelijks leidt tot concrete maatregelen. Daarmee blijft een grote groep zelfstandigen financieel kwetsbaar bij mentale problemen.

Over het onderzoek

Het onderzoek is uitgevoerd in januari 2026 onder 200 zzp'ers uit verschillende sectoren. De resultaten zijn indicatief en geven inzicht in de beleving en risico-inschatting van zelfstandigen rondom mentale gezondheid en arbeidsongeschiktheid.

KARTO VIEW



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



**ORDER YOUR
TOURIST MAP
ONLINE AT**

KARTOVIEW.COM



Consumenten omarmen GenAI maar zoeken controle over digitaal leven

In 2025 maakte Generative AI (GenAI) een duidelijke doorbraak: driekwart van de Nederlanders (76%) is ermee bekend en 61% heeft het al gebruikt. Het gebruik is vooral persoonlijk (83%), maar ook op de werkvloer groeit het snel: 52% van de GenAI-gebruikers zet het in voor werkgerelateerde taken. Jongeren lopen voorop — 89% van Generatie Z (GenZ) heeft GenAI gebruikt tegenover 58% van de babyboomers — en het dagelijkse gebruik is sinds 2023 bijna vervijfvoudigd.

Tekst: redactie. | Foto: getimg

Dit zijn een paar van de belangrijkste resultaten uit het jaarlijks terugkerende Digital Consumer Trends rapport van Deloitte, een uitgebreid onderzoek naar hoe Nederlandse consumenten (N=2000) digitale producten en technologieën gebruiken. Het rapport toont een sterke toename in het gebruik van GenAI, maar ook een dalend vertrouwen in de betrouwbaarheid van AI-gegenereerde inhoud.

Slechts 20% gelooft dat GenAI onpartijdig is en 58% zou minder geneigd zijn om gebruik te maken van klantenservice die uitsluitend door AI wordt verzorgd. Op de werkvloer gebruiken veel werknemers externe, vaak gratis tools (53%), terwijl maar een kwart werkt met GenAI-oplossingen die door de werkgever worden betaald (en dus zijn goedgekeurd). Ruim een vijfde meldt dat hun organisatie geen duidelijk beleid heeft met betrekking tot het gebruik van GenAI. Naast AI-trends toont het onderzoek ook verschuivingen in connectiviteit en streaminggedrag.

Nederlandse consumenten kiezen voor snelheid en flexibiliteit

Smartphones (95% penetratie) en laptops (83%) blijven dominant, maar de snelste groei zit bij wearables en audio: 68% bezit draadloze headphones/earbuds en 38% een smartwatch. Consumenten vervangen hun telefoon iets sneller — bijna de helft (48%) kocht hun huidige toestel in de afgelopen 18 maanden. Negen procent van de respondenten gaf vorig jaar een digitaal apparaat op. Bij GenZ is dit percentage veel hoger (22%), wat erop kan wijzen dat jongeren bewuster omgaan met hun digitale consumptie.

Op netwerkniveau is 5G-toegang sterk toegenomen: 73% van de smartphonegebruikers meldt toegang tot 5G, een duidelijke stijging ten opzichte van 2024. Tegelijk gebruikt een kwart van de huishoudens mobiele data als hoofdverbinding (bij GenZ is dat een derde). Opvallend is dat 36% van de respondenten niet weet wat de snelheid van hun thuisbreedband is.

Jens Groot, technologiedeskundige bij Deloitte: "Consumenten worden steeds kritischer over hun abonnementen; prijs en waardebepalende keuze. Voor GenZ is mobiele data steeds vaker de primaire verbinding. Telecom- en mediabedrijven moeten daarom niet alleen in netwerkkwaliteit investeren, maar ook in diensten die echt meerwaarde bieden, aansluiten bij wat consumenten bereid zijn te betalen en rekening houden met generatieverschillen."

Breed draagvlak voor verbod op sociale media onder 16

Gemiddeld 62% van de Nederlandse consumenten is voorstander van een verbod op sociale media voor personen jonger dan 16 jaar. Volgens alle vier generaties (GenZ, Millennials, Gen Y en Babyboomers) zijn veilige leeftijdsverificatietechnieken de populairste maatregel om sociale media voor kinderen te beperken. 66 procent van GenZ is voor een veilige leeftijdsverificatie voor kinderen onder de 16 jaar en iets meer dan de helft van deze generatie (51%) ondersteunt een verbod op sociale media voor kinderen jonger dan 16 jaar — maatregelen die een deel van hun eigen generatie zou raken.

In dit onderzoek zien we ook dat het online-gedrag verandert: 21% verwijderde in het afgelopen jaar een socialmedia-app en 19% voegde er een toe, waarbij GenZ het meest beweeglijk is. Redenen om apps te verwijderen variëren per generatie — jongeren noemen vaker tijdsgebruik en mentale gezondheid, ouderen vaker advertenties en desinformatie. Een meerderheid van de Nederlanders neemt maatregelen om digitale blootstelling te reduceren: 51% heeft notificaties uitgezet en 16% gebruikt schermtijd limieten.

Abonnementen onder druk, social media op de schop: Nederlandse consumenten zoeken controle

De abonnementenmarkt blijft omvangrijk maar dynamisch: video- en muziekstreaming zijn het meest gangbaar (respectievelijk 73% en 52% maakt hier gebruik van). De resultaten laten zien dat er wordt gewisseld tussen de verschillende diensten. In het afgelopen jaar heeft 25% van de huishoudens zich aangemeld voor een videostreamingdienst en 20% een abonnement opgezegd. 27% gaf aan dat het abonnement te duur was en 19% dat men gewoon te veel aan abonnementen uitgaf. Toch sloot ook 10% een abonnement af bij een dienst waar de consument eerder lid van is geweest.

Deze uitkomsten onderstrepen meerdere beleids- en bedrijfsprioriteiten: heldere AI-governance en scholing zijn dringend nodig nu GenAI snel in de praktijk wordt gebruikt. Transparantie en kwaliteitswaarborging zijn essentieel om consumentenvertrouwen te winnen.



Werkgevers moeten duidelijker afspraken maken over thuiswerken

Hybride werken is voor veel werknemers vanzelfsprekend geworden. Toch zijn de afspraken daarover vaak onduidelijk. In veel organisaties ontbreekt een helder kader. Wat mag, wat moet en wat niet? Dat blijft onuitgesproken. Dat zorgt voor frictie.

Tekst: redactie. | Foto: getimg

Werk stopt niet bij de voordeur van het huis. De verantwoordelijkheid van de werkgever ook niet. Toch wordt thuiswerken in de praktijk vaak behandeld als een privékeuze van de werknemer. Dat wringt. Zeker als er klachten ontstaan over werkdruk, bereikbaarheid of het gevoel altijd 'aan' te staan. Leidinggevendens laten die ruimte vaak bewust bestaan. Niet uit onwil, maar uit voorzichtigheid. De angst om te directief te zijn speelt een grote rol. Daardoor worden grenzen niet benoemd en verwachtingen niet uitgesproken. Het gevolg is dat zowel de medewerker als de leidinggevende op eieren loopt. Niemand wil het verkeerde zeggen of doen.

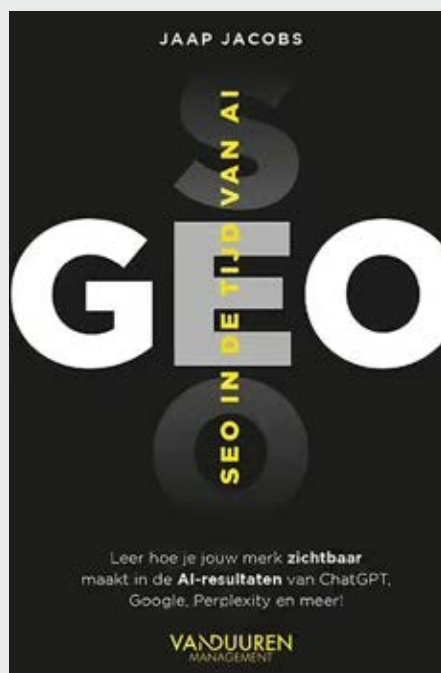
Alles blijft onder de radar

Zonder duidelijke afspraken ontstaat zo een scheef beeld. Medewerkers nemen ruimte die er misschien niet is. Leidinggevendens trekken zich terug terwijl richting nodig is. Problemen blijven onder de radar tot ze zichtbaar worden in vermoeidheid, spanningen of uitval. Dan blijkt dat niemand precies weet wie waarvoor verantwoordelijk is.

Hybride werken vraagt om het maken van duidelijke keuzes. Bijvoorbeeld over de uren waarop iemand bereikbaar is, hoe lang een thuiswerkdag redelijkerwijs duurt en wie verantwoordelijk is voor een gezonde thuiswerkplek. Ook: wie ziet toe op signalen van overbelasting?

Duidelijkheid is geen beperking, maar bescherming. Voor medewerkers, die weten waar ze aan toe zijn. En voor leidinggevendens die hun rol helder kunnen pakken. Zonder die duidelijkheid schuift het probleem vooruit. En wordt thuiswerken pas een probleem als het al te laat is.





Je website scoort goed in Google. Je content is sterk. En toch ... Je merk wordt nergens genoemd in de AI-antwoorden. Wat gaat er mis? En belangrijker nog: hoe verander je dat?

Terwijl je klanten hun vragen stellen aan ChatGPT, Gemini en Perplexity, wordt je organisatie steeds onzichtbaar in het nieuwe zoeklandschap. Want steeds vaker verschijnen de AI-antwoorden boven de SEO-zoekresultaten en als je daar niet in staat, verdwijnt je zichtbaarheid, daalt je verkeer en wordt je merk vergeten.

Maar stel je voor dat jouw merk wel genoemd wordt in de AI-antwoorden. Dat je begrijpt hoe GEO (Generative Engine Optimization) werkt en hoe AI-zoekmachines content selecteren. En dat jouw merk dus voorkomt in die AI-antwoorden.

Dit boek helpt je om dat te bereiken. Om vindbaar te worden.

Je leert hoe je content bouwt die AI vertrouwt, hoe je autoriteit opbouwt in een nieuwe wereld, en hoe je voorkomt dat jouw merk verdwijnt uit het collectieve AI-geheugen. GEO, SEO in de tijd van AI is een gids vol

strategie, frameworks en concrete stappen voor iedereen die zijn zichtbaarheid in de AI-zoekwereld wil veiligstellen.

Specificaties

Taal: nl
Bindwijze: Paperback
Aantal pagina's: 144
ISBN: 9789493480087



Jesse Geul



5 knoppen om onnodig gelazer in organisatieverandering te voorkomen

Dit boek is bedoeld voor leiders die organisatieverandering makkelijker willen maken. Voor jou, als je snapt dat veranderen soms 'messy' is en je juist dáárom wilt weten waar jij als leider invloed op hebt. Als je een moord zou doen voor het antwoord op hardnekkig gelazer tijdens verandering. En ervan droomt om een baken te zijn als iedereen de weg kwijtraakt.

Bestseller-auteur Maaïke Thiecke biedt jou vijf knoppen om organisatieverandering makkelijker te maken. En daarmee vijf keer praktische invloed.

Een method to the madness voor jou als manager met veranderambitie die wil weten:

- Waarom weerstand tegen verandering een normaal verschijnsel is en hoe je enorm veel profijt kunt hebben van dat normale verschijnsel.
- Waarom een inspirerende verandering en een heel huis vol competente mensen helemaal niet vanzelf een succesvolle verandering oplevert.
- Hoe veranderlogica een wereld van verschil maakt, voor jou en voor je mensen.
- Waar laaghangend fruit hangt waarmee je

direct kunt scoren. En waarom je daarvoor iets ongebruikelijks (of rottigs) moet doen.

- Waarom je juist blij moet zijn als het bloedspannend wordt. En hoe jij dan overeind blijft.

Specificaties

Taal: nl
Bindwijze: Paperback
Aantal pagina's: 144
ISBN: 9789493480117



Farid Tabarki



Medewerkers willen een gezonde, motiverende én leuke werkplek

Duurzame inzetbaarheid staat bovenaan de HR-agenda. Logisch, want organisaties kampen met een hoog verloop en stijgend ziekteverzuim. De oplossing ligt in de behoeften van medewerkers: een werkomgeving die hen gemotiveerd houdt, een gezonde werk-privébalans, vrijheid en persoonlijke ontwikkeling. Oftewel, medewerkers willen een gezonde, motiverende én leuke werkplek. Dat maakt hen enthousiast, veerkrachtig en zorgt dat ze blijven.

Tekst: redactie. | Foto: redactie

Psychische klachten als oorzaak van verzuim

Onder mannen is 34 procent van het langdurig verzuim te herleiden naar psychische klachten; onder vrouwen is dit 48%. Daarnaast verzuimden werknemers in totaal 13,8 miljoen dagen als gevolg van psychosociale arbeidsbelasting, waarvan:

- 9,8 miljoen dagen door te hoge werkdruk
 - 2,4 miljoen dagen door emotioneel zwaar werk
 - 1,6 miljoen dagen door conflicten of grensoverschrijdend gedrag
- Vooraf medewerkers tussen de 25 en 45 jaar vallen uit door stressklachten.

Waar medewerkers naar op zoek zijn

HR bestempelt duurzame inzetbaarheid als belangrijkste speerpunt. Dat betekent dat ingezet moet worden op tevreden medewerkers, die met passie en enthousiasme praten over hun werk. En wanneer praat iemand met passie en enthousiasme? Juist: als het leuk is. De jonge generatie medewerkers hecht steeds meer waarde aan gezondheid, flexibiliteit, leren en ontwikkelen, zowel op kantoor als thuis.

Een goede werkgever stimuleert ontwikkeling zowel op als buiten werk: sociale contacten, vrijwilligerswerk, sport, creativiteit en familie. Een goede werkgever stimuleert dit. Stel een ouder is mentaal afwezig op kantoor

omdat hij of zij thuis een ziek kind heeft zitten. Dan is het effectiever – en menselijker – om diegene ruimte te geven om naar huis te gaan, met het wederzijdse vertrouwen dat hij of zij het werk op een ander moment afmaakt. Een ander voorbeeld is medewerkers de mogelijkheid geven om tussen meetings door een uur te sporten, of om een paar uur per week hun skills in te zetten voor een sociaal project.

Mentale gezondheid is een bepalende factor in verzuim. De oplossing zit in hoe werk dagelijks wordt ervaren. Werk moet motiverend en gezond zijn met ruimte voor ontwikkeling, wederzijds vertrouwen en respect voor elkaar. Werk moet leuk zijn.



Goedkoper is niet altijd slimmer: 3 lessen over prijsstrategie voor ondernemers

Na de drukke feestdagen keert de rust terug in de winkelstraten. Februari voelt voor veel ondernemers als een maand van pas op de plaats, met minder aanloop en minder impulsaankopen. Daarbij speelt ook de portemonnee mee. Hoewel de koopkracht volgens Nibud licht stijgt, merken veel huishoudens daar in het dagelijks leven nog weinig van.

Tekst: redactie. | Foto: redactie

In zo'n periode kijk je anders naar prijs. Niet alleen als prikkel, maar ook als signaal: wat zegt die over kwaliteit, vertrouwen en keuze? Het is een moment waarop het loont om stil te staan bij je prijsstrategie. Chris Brillouet, Country Manager myPOS Benelux, deelt drie lessen voor ondernemers die verder gaan dan simpelweg goedkoper zijn.

1. Prijs als eerste gevoel

Prijs is vaak het eerste wat iemand ziet. Nog vóór service, sfeer of kwaliteit. Voor veel ondernemers is prijs een rekensom: kosten erin, marge erop. Logisch, maar voor consumenten werkt het vaak anders. Het roept een verwachting op over wat je krijgt. Soms voelt een lage prijs aantrekkelijk, soms juist twijfelachtig. Klopt het wel? Neem een kapper die zijn tarieven jarenlang gelijk houdt, terwijl alles om hem heen duurder wordt. Dat kan sympathiek overkomen, maar ook vragen oproepen over waarde. Het gaat daarbij niet om duurder of goedkoper, maar om een prijs die logisch aanvoelt. Een eerlijke prijs die past bij de ervaring, het vakmanschap en de service die je biedt. Als dat eerste gevoel klopt, ontstaat vertrouwen bijna vanzelf.

2. Een goed verhaal helpt kiezen

Slimme prijspsychologie roept al snel beelden op van €9,99 in plaats van €10 of tijdelijke acties. Die hebben hun plek, zeker om iets nieuws onder de aandacht te brengen. Maar voor veel consumenten zit het vertrouwen tegenwoordig ergens anders. Duidelijkheid wordt steeds belangrijker. Ondernemers die uitleggen waarom iets kost wat het kost, krijgen vaker begrip dan weerstand. Niet omdat consumenten alles zomaar accepteren, maar omdat ze willen weten waar ze voor kiezen. Denk aan een restaurant dat iets vertelt over seizoenen, ingrediënten of leveranciers wanneer prijzen meebewegen. Zo'n uitleg voelt niet als een verkooptruc, maar helpt om bewust te kiezen – zonder verrassingen achteraf.

3. Rust door consistentie

In onzekere tijden zoeken consumenten houvast. Ze voelen zich prettig bij plekken waar ze weten waar ze aan toe zijn. Dat geldt ook voor prijs. Een heldere, consistente prijs wekt vaak meer vertrouwen dan steeds wisselende acties of 'alleen deze week'-aanbiedingen. Winkels en dienstverleners

die vasthouden aan duidelijke prijzen, zonder verrassingen aan de kassa, bieden rust. Klanten weten wat ze kunnen verwachten en komen juist daarom terug. Voor ondernemers betekent dat minder nadruk op kortingen en meer ruimte om een duurzame relatie op te bouwen. Prijs wordt zo onderdeel van de ervaring, in plaats van een losse prikkel.

De vraag is dan ook niet of je je prijs kunt verhogen zonder klanten te verliezen, maar wat je prijs vertelt over je bedrijf. En of die boodschap klopt met wat je wilt uitstralen. Ondernemers die daar bewust mee omgaan, merken vaak dat klanten meer begrip hebben dan misschien gedacht. Juist in rustige maanden kan een eerlijke, duidelijke prijs het verschil maken tussen voorbijlopen en blijven.



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



Duizenden chauffeurs laten jaarlijks onbedoeld geld liggen

Duizenden chauffeurs in Nederland lopen ieder jaar ongemerkt duizenden euro's mis. Niet omdat zij minder werken — integendeel. In de transportsector zijn lange dagen, vroege ochtenden, files en wachttijden aan de orde van de dag.

Overuren worden vaak keurig geregistreerd, maar bij uitbetaling verdwijnt een groot deel in de belasting. En dat is zonde. Want voor veel chauffeurs kan dit slimmer.

Met Taxvrij kunnen overuren en overlooptijd worden ingevuld voor een belastingvriendelijk bedrag. Zonder extra werk, zonder extra uren.

Het resultaat: tot 77% meer overhouden dan bij een reguliere uitbetaling via het salaris.

Het financiële voordeel kan oplopen tot €1.200 per jaar per chauffeur. Voor tweeverdieners zelfs tot €2.400 per jaar.

Taxvrij is ontwikkeld door fiscale experts en gevalideerd door de kennisgroep van de Nederlandse Belastingdienst binnen het Cafetariamodel 2.0.

Daarmee voldoet de regeling aan alle geldende fiscale kaders en biedt zij zekerheid voor zowel werknemer als werkgever.

Via een eenvoudige online calculator kan de medewerker of chauffeur bovendien in enkele seconden zien wat zijn of haar persoonlijke voordeel is.

Transparant, snel en zonder ingewikkelde berekeningen.

Wat Taxvrij extra aantrekkelijk maakt, is dat het de werkgever geen extra geld kost en geen extra administratieve werkdruk oplevert.

Zelfs wanneer de Werkkostenregeling (WKR) al volledig is benut, kan Taxvrij daarbovenop worden toegepast. De regeling blijft volledig kostenneutraal voor de werkgever.

Het extra bedrag wordt maandelijks beschikbaar gesteld via de App en is direct te gebruiken — bij de supermarkt, onderweg of gewoon thuis.

Veel chauffeurs zijn nog niet op de hoogte van deze mogelijkheid. En dat betekent dat zij geld laten liggen voor uren die al lang zijn gewerkt.

 **betonopdebouw.nl**

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

Dan biedt betonopdebouw uitkomst!

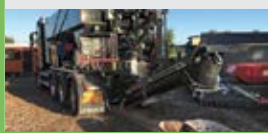


LEVERING OP DE BOUW OF AAN HUIS VAN:

- stab- zand
- stampbeton
- betonmortel
- vloerenspecie

WAAROM BETONOPDEBOUW?

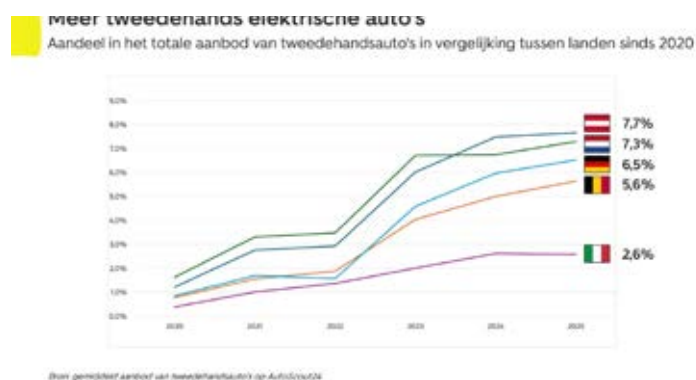
- ✓ Levering ook op zaterdag
- ✓ Scherpe prijs; zelfs voor kleine hoeveelheden
- ✓ Met onze mobiele mixer leveren wij wat nodig is, geen overtollig materiaal
- ✓ Voor bedrijf en particulier; wegenbouw, straatwerk, hoveniers
- ✓ Optioneel een betonpomp bij te bestellen



Mail, bel of app vrijblijvend voor een scherpe prijsopgave:

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

Prijs tweedehands elektrische auto blijft dalen: 28 procent goedkoper dan in 2022



AutoScout24 Jaaroverzicht: prijs elektrische occasions in Nederland daalt fors, aanbod groeit het snelst van Europa

Tekst: redactie. | Foto: AutoScout24

De gemiddelde prijs van een tweedehands elektrische auto in Nederland is in 2025 gedaald naar €34.600, blijkt uit data van AutoScout24. Dat is een daling van 8,7% ten opzichte van 2024 (€37.900) en zelfs 28,4% lager dan in 2022 (€48.300). In december 2025 lag de gemiddelde occasionprijs voor een elektrische auto zelfs op €33.390. Ter vergelijking: een tweedehands benzine- of dieselauto kostte in 2025 gemiddeld €20.000 en de gemiddelde occasionprijs lag eind dit jaar op €24.273 (daling van -0,52% t.o.v. november).

Nederland kent hiermee een sterkere prijsdaling dan Duitsland en België, waar de prijzen respectievelijk met 4,1% en 6,6% daalden ten opzichte van vorig jaar.

Aanbod groeit

De Nederlandse markt voor tweedehands elektrische auto's is in 2025 flink gegroeid, blijkt uit data van AutoScout24. Het aanbod van tweedehands EV's steeg op het platform met maar liefst 16% ten opzichte van vorig jaar, de grootste stijging van alle onderzochte Europese landen. Elektrische auto's maken nu 7,3% uit van het totale aanbod op AutoScout24 in Nederland. Daarmee loopt Nederland voorop, alleen Oostenrijk heeft een hoger aandeel (7,7%)

“De prijsdaling en het groeiende aanbod van tweedehands elektrische auto's zijn het resultaat van een snel volwassen wordende markt,” zegt Dorianne Richelle, Country Manager van AutoScout24 Nederland. “Steeds meer leaserijders leveren hun elektrische auto na een paar jaar in, waardoor het aanbod in occasions groeit. Tegelijkertijd zorgen technologische vooruitgang en een breder modelaanbod ervoor dat elektrische auto's betaalbaarder en aantrekkelijker worden voor een grotere groep kopers.”

Tesla blijft populair, Volkswagen ID.3 maakt snelle opmars

Tesla blijft de populairste keuze onder tweedehands elektrische auto's in de meeste EU-landen, en ook in Nederland, met de Model 3 stevig op nummer één. Ook de Audi e-tron en Tesla Model S zijn veelgevraagd.

Opvallend is de snelle opmars van de Volkswagen ID.3, die dit jaar vijf plekken stijgt en zich tussen de topmodellen nestelt. Naast klassiekers als de Renault ZOE en Volkswagen e-Golf, winnen ook de Porsche Taycan en Tesla Model Y aan populariteit. Bekijk hier de hele top 10 in Europa:

Rang	België	Duitsland	Italië	Nederland	Oostenrijk
1	Porsche Taycan (+1)	Tesla Model 3	Tesla Model 3	Tesla Model 3	Tesla Model 3
2	Tesla Model 3 (-1)	Renault ZOE	Tesla Model Y (+2)	Audi e-tron (+1)	Tesla Model Y (+4)
3	Tesla Model Y (+2)	Audi Q4 e-tron (+8)	Fiat 500e	Tesla Model S (-1)	Audi e-tron
4	Audi e-tron	Volkswagen ID.3 (+1)	Smart Fortwo (-2)	Renault ZOE	Renault ZOE
5	Tesla Model S (-2)	Tesla Model Y (+4)	Porsche Taycan (+1)	Volkswagen e-Golf	Tesla Model S (-3)
6	Tesla Model X	Smart Fortwo (-2)	Renault ZOE (-1)	Nissan Leaf (+1)	Porsche Taycan (-1)
7	Nissan Leaf (-2)	Volkswagen ID.4 (+5)	Dacia Spring (+16)	Tesla Model X (-1)	Volkswagen ID.3 (+3)
8	Renault ZOE (-1)	Audi e-tron (-1)	Tesla Model S	Porsche Taycan (+2)	Mercedes-Benz EQC 400 (+5)
9	Audi Q4 e-tron (+4)	Porsche Taycan (-3)	Audi Q4 e-tron	Volkswagen ID.3 (+5)	Tesla Model X
10	Volkswagen e-Golf (+1)	Hyundai KONA	Volkswagen ID.3 (-3)	Tesla Model Y (+3)	Volkswagen ID.4 (+12)



Land	Gemiddelde prijs van een elektrische occasion in 2025	Gemiddelde prijs van een elektrische occasion in 2024	Gemiddelde prijs van een elektrische occasion in 2022	Prijs verandering ten opzichte van 2024	Prijs verandering ten opzichte van 2022	Gemiddelde prijs van een occasion met verbrandingsmotor in 2025
België	€43,200	€46,300	€56,500	-6.6 %	-23.6 %	€22,000
Duitsland	€34,800	€36,200	€50,000	-4.1 %	-30.4 %	€26,300
Italië	€28,200	€30,700	€33,000	-8.1 %	-14.7 %	€19,100
Nederland	€34,600	€37,900	€48,300	-8.7 %	-28.4 %	€20,000
Oostenrijk	€41,200	€44,500	€48,900	-7.5 %	-15.7 %	€26,900



Populariteit SUV's blijft stijgen: 14% meer bekeken terwijl

SUV's zijn al een aantal jaar bezig aan een opmars in Nederland, en die populariteit lijkt voorlopig niet minder te worden. De jaaranalyse van het zoekgedrag en aanbod op Marktplaats, met meer dan 3,5 miljoen advertenties, geeft een goed beeld van de Nederlandse occasionmarkt. Daaruit blijkt dat SUV's – als enige autotype – flink in populariteit zijn gestegen. Ook steeg het aanbod en de interesse in elektrische auto's, en zijn Chinese merken de snelste groeiers.

Tekst: redactie. | Foto: redactie

SUV's in opmars

Grote auto's blijven onverminderd populair in het kleine Nederland. Op Marktplaats werden SUV's dit jaar namelijk 14% meer bekeken dan in 2024, terwijl er een daling te zien was in elke andere categorie op het platform. Zo zagen we een afname van 5% in de categorie hatchbacks en van 2% onder stationwagens. Er werden in 2025 zo'n 877 duizend SUV's op het platform aangeboden, die 384 miljoen keer werden bekeken. Het populairste autotype is nu nog de hatchback, goed voor 40% van de weergaven op marktplaats. SUV's hebben nu een aandeel van 26%.

Alexander Prinssen, Chief Sales Officer Automotive bij Marktplaats: "Inmiddels is meer dan de helft van de nieuw verkochte auto's in Nederland een SUV en die trend zet zich, al is het iets later, ook door op de tweedehandsmarkt. Hatchbacks zijn al jarenlang het populairste autotype op Marktplaats, maar SUV's staan inmiddels op plek twee. Als deze trend zich doorzet, zijn SUV's binnen een aantal jaar dus ook op Marktplaats het populairste type."

Golf aan de top en snelste groeiers

Het populairste automodel op Marktplaats blijft met afstand de Volkswagen Golf, waarvan meer dan 95.000 advertenties werden geplaatst die bijna 70 miljoen keer werden bekeken. De BMW 3-serie en Volkswagen Polo maken de top 3 compleet.

In de lijst met snelst groeiende automerken staan vooral Chinese merken. XPENG gaat aan kop met daarachter Seres en Zeekr, en ook het Europese Alpine en Cupra zijn in de top 10 te vinden.

Interesse en aanbod EV's blijft toenemen

Het elektrische aanbod op Marktplaats blijft groeien. In 2024 was een stijging van 23% te zien ten opzichte van het jaar ervoor, en in 2025 was die groei met 42% nog sterker. Dit kwam mede door een grote vloot aan EV's die uit de lease op de occasion markt terecht kwamen. Ook de interesse blijft toenemen. Waar in 2024 het aantal weergaven van elektrische auto's op Marktplaats nog steeg met 16%, was dit in 2025 32%. Ook hybride auto's zagen een stijging in het aanbod (69%) en de weergaven (45%). Auto's op benzine (-2%), diesel (-15%) en lpg (-13%) werden juist minder vaak bekeken dan het jaar ervoor. Ondanks de lichte daling blijft de populariteit voor benzineauto's nog hoog, met 74% van het totale aantal weergaven.

Automaat loopt verder uit op schakelauto

In 2024 waren automaten voor het eerst populairder op Marktplaats dan auto's met handgeschakelde versnelling. Deze trend heeft zich in 2025 doorgezet: automaten werden 913 miljoen keer bekeken, 4% meer dan in 2024, terwijl schakelauto's 744

miljoen weergaven hadden, 3% minder dan het jaar ervoor. Ook het aanbod automaten was in 2025 voor het eerst hoger dan handgeschakeld: 1,63 miljoen advertenties voor automaten, vergeleken met 1,48 miljoen voor schakelauto's.

Alexander Prinssen: "Een automaat is steeds vaker de standaard in auto's van elk brandstoftype, maar de sterke toename op Marktplaats is ook grotendeels te danken aan het groeiende aanbod EV's en hybrides, die vrijwel altijd automatisch geschakeld zijn. Zo werden er in 2025 vergeleken met het jaar ervoor 391 duizend meer automaten aangeboden. Daarnaast waren er 247 duizend meer advertenties voor hybrides en EV's. Meer dan 60% van de stijging in het aantal automaten zou daarmee dus komen door de groei van hybrides en EV's."

Droomauto's op Marktplaats

Marktplaats stelt ook elk jaar de populairste droomauto op het platform vast, op basis van het gemiddelde aantal weergaven dat de advertenties van een bepaald automerk krijgen. In 2025 was dat Lamborghini, met 2.248 weergaven per advertentie. Daarachter staan Cadillac en Ferrari.

Nederland mist kansen om netcongestie lokaal op te lossen

Netcongestie, het overbelasten van het elektriciteitsnet, kan eenvoudiger en goedkoper worden opgelost door lokaal energie op te wekken, blijkt uit recent onderzoek. Volgens experts ligt de sleutel bij kleinere, lokale netwerken waarin stroom direct wordt gebruikt, zonder dat het landelijke net zwaar wordt belast.

Tekst: redactie

Deze aanpak is al jaren mogelijk en wordt zelfs verplicht door het Europese Clean Energy Package (CEP), dat sinds 2019 van kracht is. Toch verloopt de uitvoering veel te traag.

Het idee is eenvoudig: lokale netwerken stellen bedrijven en consumenten in staat energie op te wekken en direct te gebruiken. Dit vermindert de druk op de infrastructuur en maakt de energietransitie betaalbaarder. Het CEP stimuleert prosumerschap, waarbij consumenten ook producent zijn van elektriciteit.

Hoewel de regels aanwezig zijn, lopen bedrijven tegen juridische en technische uitdagingen

aan. Wie is aansprakelijk bij storingen? Hoe kunnen lokale netten veilig en betrouwbaar worden ingericht? De oplossing ligt in samenwerking tussen netbeheerders en bedrijven. Bedrijven kunnen van elkaar leren en ervaringen delen, terwijl netbeheerders moeten faciliteren en zorgen dat alles technisch en juridisch goed geregeld is.

Niet elk gebouw is geschikt voor standaard zonnepanelen. Vooral oudere of lichtere bedrijfsdaken kunnen het extra gewicht niet altijd dragen. Oplossingen zoals lichtgewicht zonnepanelen maken lokale energieopwekking alsnog mogelijk, zonder ingrijpende aanpassingen.

De kansen zijn groot, bijvoorbeeld op bedrijventerreinen waar veel elektrische voertuigen aanwezig zijn. PV-carports kunnen lokaal stroom leveren aan werknemers en voertuigen, waardoor het hoofdnets wordt ontlast.



Wij kiezen bewust voor een bonusvrije bank

Triodos Bank doet niet aan bonussen en laat, in aanloop naar de stemming van vandaag in de Tweede Kamer over het versoepelen van de bonusregels voor de financiële sector, weten dat ze deze ook niet nodig heeft. In de basis is ons standpunt dat een bonus vaak niet in verhouding staat tot iemands individuele bijdrage aan het collectieve resultaat.

Tekst: redactie.

Daarnaast kunnen bonussen een prikkel zijn tot het nemen van onacceptabele risico's die op korte termijn winst opleveren, maar op lange termijn de bank, het klantbelang en het publieke belang kunnen schaden. Banken zijn tenslotte geen normale bedrijven; ze spelen een cruciale publieke rol in de financiële stabiliteit en economie.

Wij zijn over het algemeen goed in staat om talent aan te trekken met dit standpunt rondom beloning. In hun motivatie benadrukken kandidaten vaak het belang van het sociale en duurzame karakter van werkgeverschap. Alleen in uitzonderlijke gevallen krijgt iemand een maandsalaris extra. Bovendien is de financiële sector,

ondanks wat versoering de afgelopen 15 jaar, ook zonder bonussen nog steeds een goed betalende sector.

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 Vastgoedbeheer  B.V. STICHTS BEHEER VAN 1952 www.stichtsbeheer.nl
Brandveiligheid  BRAND-VEILIG TOTALE AANPAK BRANDVEILIGHEID WWW.BRAND-VEILIG.NL www.brand-veilig.nl	Detachering en bemiddeling  HETWERKT NU. www.hetwerktnu.nl	Elektrotechniek  Top Elektrotechniek www.topelektrotechniek.nl	Evenementen  Stuif evenementen www.stuifevenementen.nl
Financiële diensten  asn bank www.asnbank.nl	Financieringen  FINANCIERINGS GilDE regelt elke MKB financiering www.financieringsgilde.nl	Fiscaal Juristen  Added Value Fiscaal Juristen B.V. www.avfj.nl	Goede doelen  GIRO 555 www.giro555.nl
ICT-beheer  hupraict. www.hupra.nl	ICT Campus  ICTCAMPUS REGIO FOODVALLEY www.ICTcampus-foodvalley.nl	ICT, communicatie en beveiliging  Lagarde groep www.lagarde.nl	ICT & TELECOM nieuws  RESELLERS BUSINESS www.resellersbusiness.nl
ICT Valley  ICT VALLEY www.ICTvalley.nl	Mediabedrijf  GRANDONI MEDIA www.grandoni.nl	Marketing & Communicatie  studio STERK STAAL www.studiosterkstaal.nl	Notarissen  olenz notarissen www.olenz.nl
Online Marketing  INVICTUS ONLINE MARKETING www.invictusonlinemarketing.nl	Opleidingen  CHE CHRISTELUKI HOGESCHOOL EDE www.che.nl	Software  experlogix www.experlogix.com	Veiligheidstrainingen Brandbeveiliging Service & Advies  AREHBO www.arihbo.nl
Web & Design  /blits. design development online marketing www.wijzijnblits.nl	Werving & Selectie Detachering  DEKKER Services Logistiek Industrie Techniek Zakelijke dienstverlening www.dekkerservices.nl	Zonnepanelen  ARIENS SOLAR www.arienssolar.nl	Zwenk- en bokwielen  INDUSTRIAL SOLUTIONS colson WORLDWIDE NO.1 www.colson-europe.nl



organisatie | productie | verhuur

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



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



ARIENS SOLAR

Gratis SDE aanvraag

ZONNEPANELEN VOOR DE AGRARISCHE SECTOR, RETAIL EN INDUSTRIE

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

WWW.ARIENSSOLAR.NL



Elke locatie heeft een eigen karakter. Wat ze delen?
Een centrale ligging in Midden-Nederland, flexibiliteit in
de opzet van zaalverhuur en eigen catering op locatie.

Ontdek het zelf op NextVenue.nl
Connecting People. Creating Memories.



nextvenue
event locations