

SALLANDS magazine ONDERNEMERS



Nathalie Beck

Missionaris op het gebied van mondverzorging

SOM's In de Spotlight: Ton Kolman geeft masterclass in gastvrijheid en ondernemerschap

SOM's Passie: Fred van den Driessche brengt zichzelf graag naar hogere sferen

SOM's Gemene Deler: Sallandse professionals laten hun licht schijnen over de kansen en bedreigingen op de arbeidsmarkt

MEEBOUWEN AAN DE MAATSCHAPPIJ, DAT IS WAAR WIJ VOOR STAAN.



**BOUWBEDRIJF
GEBR. MEIJER**
Verrassend, veelzijdig en betrokken.

VERANTWOORDELIJKHEID, EIGENAARSCHAP EN PASSIE ZIJN ONZE DRIJFVEREN!

Vlieg met me mee naar de regenboog!

Als ik dit voorwoord schrijf, is het al weer veel te warm om in de zon te zitten. De zon bakt er genadig op los en de thermometer schiet zelfs naar temperaturen boven de dertig graden. Normaal klagen we als Nederlanders dan al gauw dat het te warm is, maar niets van dat alles. We gaan op de blote knieën, want het is de voorbode voor een mooie zomer.

Ga maar na: Oranje wordt ondanks alle negatieve voorspellingen Europees kampioen, Tom Dumoulin viert een geweldige comeback met een gouden Olympische medaille, Max Verstappen bouwt vrolijk verder aan het vergroten van zijn voorsprong op Lewis Hamilton en Rudi Buitenkamp overweegt een nieuwe carrière als zweefvliegpiloot.

Mooi rijtje toch? Stuk voor stuk hoogvliegers! Drie figuurlijk, één letterlijk. Ik kreeg namelijk een unieke kans om af te rekenen met (een deel van) mijn hoogtevrees. En tegelijk een mooi verhaal te schrijven over de passie van ondernemer Fred van den Driessche. Alhoewel, eenmaal in het luchtruim had ik natuurlijk helemaal geen aandacht voor pen en papier. Ik was veel te druk om te genieten van de Sallandse lappendeken die ik kreeg voorgeschoteld. Spontaan kwam het liedje 'Vlieg met me mee naar de regenboog' van Paul de Leeuw in me op. Graag had ik ook die pot met goud aan het eind van de regenboog gevonden waarmee we de bedrijven kunnen helpen

die het momenteel financieel moeilijk hebben of misschien nog wel gaan krijgen.

De term 'hoogvlieger' blijft hangen. Even kijken wat de Van Dale (die dikke) er van zegt: "Hij is geen hoogvlieger, hij kan niet veel." Dat is wel erg negatief, toch? Waarom niet gewoon: hij is een hoogvlieger, hij kan heel veel. Bij SOM durven we het aan om tegen de stroom in te roeien. Vol trots presenteren wij daarom weer een serie hoogvliegers uit Salland. Bedrijven die ons hebben verrast met hun verhaal, hun ambities en hun blik op de toekomst.

Neem Bluem (spreek uit: bloe m) uit Wijhe. Een bedrijf waar je misschien wel honderd keer voorbij bent gereden. Geen opvallende reclame-uitingen, geen schreeuwerig pand, maar inmiddels wel actief in zestig landen. Bluem ontkent een ware revolutie in de wereld van mondverzorging en doet dat op een wijze die we het best kunnen omschrijven als Salland 2.0: de nuchterheid van 1.0 gemengd met het geloof in eigen kunnen. Mooi om te zien! Een ander prachtig voorbeeld is Ton Kolman van de Hofvlietvilla in Zwolle, de hoofdpersoon van SOM's In de Spotlight. Hij is van 1950, maar vindt het werken en ondernemen in de wereld van horeca en gastvrijheid nog veel te leuk. Deze zomereditie biedt dus weer veel leesplezier.

Enneh, mocht je binnenkort naar zonnige oorden vertrekken, veel vliegplezier!



Rudi Buitenkamp

Hoofdredacteur

som

Word zichtbaar met een sterk logo, heldere huisstijl en een duidelijke website!

YourPress Media BV, gevestigd in Raalte en Vorden, verzorgt het hele grafische productieproces. Zo kunnen wij voor jou een logo maken, je huisstijl ontwerpen en voor alle andere vormen van drukwerk de grafische vormgeving verzorgen. Of het nu gaat om een enkel briefpapier, of visitekaartjes, enveloppen, offertemappen, etc. Wij verzorgen het ontwerp, de vormgeving en regelen daarnaast ook het drukwerk, zodat jij kan doen waar je goed in bent, en wij jou deze zorgen uit handen nemen. Naast drukwerk verzorgen wij domeinregistratie, en -hosting en bouwen websites op maat!

Vestiging Raalte
Wulp 61
8103 BV Raalte
06-11 33 32 24
fred@yourpress.nl

Vestiging Vorden
Het Kerspel 32
7251 CV Vorden
06 - 33 05 86 38
dinant@yourpress.nl


YourPress Media
Uw betrokken media partner!
www.yourpress.nl
www.yourpress-vorden.nl



De nieuwste rage! De PROLUTIX LED fotoframes

Met deze fotoframes breng je sfeer in je
bedrijfspan, kantoor of wachtruimte.

Het fotoframe is ook goed te gebruiken op beurzen.
Wil je ook een wow-effect in je bedrijfspan of kantoor?
Kom dan eens kijken in onze showroom.

06 - 53 11 13 46 | info@prolutix.nl | www.prolutix.nl



Wantix LED, dé specialist in professionele LED-verlichting voor het bedrijfsleven!

We voorzien veel kantoren, bedrijfshallen, scholen,
fabrieken, tandartspraktijken van LED-panelen.

Dit kan zowel met als zonder installatie. We bieden plug
and play oplossingen aan en staan bekend om onze korte
levertijden. Meer weten? We maken met alle plezier een
vrijblijvend lichtplan en een energieberekening. Dit doen
we bij jou op locatie.

Boeierstraat 10-i Raalte | info@wantix.nl | www.wantixled.com

Uitgever

N35 Creatief
Paalweg 5, 8141 RT Heino
0572 39 55 58
info@n35.nl
www.n35.nl

Redactie

Rudi Buitenkamp (hoofdredacteur)
06 22 13 12 06
rudi@n35.nl

Yvonne van Deursen

Bladmanager

Martijn Jansman

Ontwerp & vormgeving

Oda Jansen
Laura van Dartel
Fieke van Oorschoot

Fotografie

Stefan Kemper Fotografie
Visual Impact
Mooi! Media & More

Sales

Martijn Jansman
06 51 29 96 22
martijn@n35.nl

Nick Prins
06 17 53 77 63
nick@n35.nl

Druk

Veldhuis Media

Sallands Ondernemers Magazine verschijnt 4
keer per jaar. De oplage is 5.500 exemplaren op
basis van controlled circulation in de plaatsen
Raalte, Olst, Wijhe, Dalfsen, Heino, Nieuwleusen,
Heeten, Haarle, Nijverdal, Bathmen, Schalkhaar,
Diepenveen, Lettele, Colmschate, Okkenbroek,
Lemelerveld, Broekland, Laag Zuthem,
Lierderholthuis, Luttenberg, Mariënheem,
Nieuw-Heeten, Welsum, Wesepe, Deventer en
Zwolle.

Volg ons! [f](#) [t](#) [i](#) [i](#)

SOM's uitgelicht

6



In de spotlight

Ton Kolman is al lang actief
in de wereld van horeca
en gastvrijheid. Zijn laatste
succes is de Hofvlietvilla.

23



Uitwisseling

JRV Products gaat op bezoek
bij Hoekman Roestvaststaal.
Om te praten over kansen en
bedreigingen.

30



Starter

Thijs Bannink was voorbestemd
om Adende over te nemen,
maar koos uiteindelijk voor
de steiger in plaats van het
kantoor.

34



5 vragen aan

Freddie Ruiterkamp
Eigenaar WR schoonmaak
specialisten.

36



Succesfactor

Bluem uit Wijhe ontketent
vanuit Wijhe een revolutie
in de mondverzorging. De
volgende stap is uit te groeien
tot een lifestyle brand.

42



Passie

Of het nu gaat om grafische
creaties, websites of zijn grote
passie zweefvliegen; met Fred
van den Driessche ga je naar
een hoger niveau.

SOM jaargang 5 | editie 3

gaat vanaf half oktober 2021 in de verspreiding

Copyright

Niets uit deze uitgave mag zonder schriftelijke toestemming van de uitgever
worden overgenomen en vermenigvuldigd. Het ongevraagd toesturen van
fotomateriaal geschiedt op eigen risico.

Heeft u suggesties, vragen, complimenten of klachten over Sallands Ondernemers
Magazine? Mail dan naar info@somonline.nl



SOM krijgt masterclass gastvrijheid en ondernemerschap van Zwolse horecaondernemer

Ton Kolman en de wet van de niets kostende meerwaarde

De regio Salland heeft vele mooie ondernemers. Sommigen zijn piepjong, anderen hebben het meeste brood al op, maar bruisen nog van de energie en pakken graag nieuwe uitdagingen op. Die dan ook nog eens een goede afloop kennen. Ton Kolman (van 1950) is zo'n man die we in de laatste categorie plaatsen. Zijn Hofvlietvilla, een brasserie met allerlei mogelijkheden voor zakelijke bijeenkomsten én met uitzicht over de stadsgracht van Zwolle is het horecasuccesnummer van de laatste jaren. En daar kan corona helemaal niets aan veranderen.

Yes, het terras mag eindelijk open. Het is een verademing voor iedereen die horecabloed door de aderen heeft stromen. En voor iedereen met een Bourgondische inslag natuurlijk. Helaas werken de weergoden deze ochtend in mei niet echt mee. Het komt echt met bakken uit de lucht. Een regenbui van tropische proporties. Het voordeel is dat Kolman misschien meer tijd heeft om te vertellen over zijn ondernemersavonturen.

We beginnen met zijn huidige avontuur, de Hofvlietvilla. In de woorden van onze gesprekspartner: het was één grote bende. Eerst leegstand, later kraakpand. Kortom, één en al rottigheid. Maar hij bekeek de rotte appel en zag het perspectief. "Kijk, er is hier slechts één ding dat telt: locatie, locatie, locatie. Ik zag de uitdaging. Wist dat er een bioscoop zou komen, een parkeergarage met plek voor 750 auto's, er lag al een mooie brug naar het centrum en de gemeente had allerlei plannen voor ontwikkeling van de Wehkamphoek." Kolman zat eigenlijk wel prima op z'n plek bij De Roskam in Gorssel. Daar had hij de via de curatoren van JPR Advocaten de dagelijkse leiding in handen gekregen nadat de bomen van eigenaar Eurocommerce toch niet tot de hemel bleken te reiken. Een interimklus van zo'n vijftien maanden als beheerder/bewindvoerder met als belangrijke taak de voorbereiding voor de verkoop aan de nieuwe eigenaar Hans Melchers. "Komt er op een gegeven moment een soort headhunter binnen. Ik kende hem vaagjes. Hij vraagt of het mijn laatste klus is. Ik was toen 63. Ik had het naar mijn zin, maar elke week achthonderd, negenhonderd kilometer rijden, dat begon me wel wat tegen te staan. Word ik twee weken later gebeld door Dick Huiskamp, de eigenaar van de Hofvlietvilla. Hij had het al in 2007 gekocht, het kreeg een horecabestemming en ik moest het maar gaan doen."

Speerpuntmomenten

Ondanks dat hij al van alles had meegemaakt op het gebied van het ondernemerschap voelde het als een hele eer. "Maar, ik wilde het eigenlijk kopen. Helaas zat dat er niet in, maar uiteindelijk hebben we wel binnen een half uur een werkzame constructie bedacht. "Op één A4-tje. Een soort intentieverklaring waarbij ik naast huurder ook mede-investeerder werd. Vervolgens ook de hele verbouwing gedaan", zegt hij terwijl hij tevreden om zich heen kijkt. "Het was echt helemaal niks hier."

Dat gevoel van tevredenheid is zonder meer terecht. Zwolle heeft er een mooi horecapareltje bij gekregen. Een imposant pand dat tegelijk toch het knusse van een brasserie in zich heeft. Een architectonisch kunststukje met klasse en uitstraling én een team dat beseft dat gastvrijheid niet alleen een leuk Scrabblewoord is. "Dat is de basis van de horeca." Kolman weet waarover hij praat, want horeca en gastvrijheid lopen als een rode draad door zijn leven. "Ik roep vaak dat ik op een hotelkamer ben geboren. In Hotel Nijverdal, het toenmalige hotel van mijn ouders. Een klassiek hotel, kenmerkend voor die tijd. Hotelletje met twaalf kamers, restaurantje, slijterijtje, cafeetje en een bruiloftszaal. Snap ie? Dat betekende dus hard werken. Van 's morgens 7 tot 's nachts 1.

"Het schrok hem niet af, hij omarmde het zelfs. "Ik vond het mooi. Dat dienstverlenende ligt me wel. Hard werken inderdaad, maar dat is niet erg. De voldoening van de gast is de grootste beloning. Alleen moet je tegenwoordig wel iets meer rekenen. Anders kom je er niet", aldus de geboren Tukker die bij zijn huidige team ook hamert op gastvrijheid. En hij kruipt dan graag in de rol van manager. "Het is net als met Croma (de bakboter, rb). Je moet er wel bij lijven voor het beste resultaat. Dat is echt één van mijn motto's. Je fysieke aanwezigheid op speerpuntmomenten in het bedrijf is makend. Een horecabedrijf kun je niet leiden vanachter een beeldscherm en toetsenbord."

Ik proef hieruit dat dat in jouw ogen te vaak gebeurt?

"Ik ken wel bedrijven waar je de eigenaar niet ziet. Kijk, je hoeft niet bij alle tafels te gaan praten, maar de gasten willen wel zien dat er leiding is. Dat er overzicht en structuur is. En dat vind ik wel één van de wezenlijke uitdagingen in mijn werk: delegeren, maar wel met structuur, visie en beleid."

Aspecten als structuur en regelmaat, die zijn in de horeca toch juist ver te zoeken?

"Bij ons niet! Ik kan je een bord laten zien waarop ons huisreglement staat vermeld. Al onze medewerkers – binnenkort weer zo'n dertig – hebben een arbeidsovereenkomst. En daar hangt een attachment aan dat verwijst naar de huisregels. Je wordt geacht die te kennen. Het is echt niet zo dat ik bij de eerste misstap direct fel van



leer trek. Meer in de zin van 'hebben wij niet afgesproken dat...' Controlefreak? Tja, dat kun je er van maken, maar onze gasten zitten niet te wachten op een speeltuin."

Geen wildebrasgedoe

Hij geeft wel ruiterslijk toe niet tegen chaos te kunnen. "Dat kan ook niet in een bedrijf zoals dit. Met deze uitstraling en traffic. Daarom werk ik al sinds de opening – vijf jaar geleden – met een managementteam. Mijn vrouw, ikzelf, een managementassistent, chef-kok en een restaurantmanager. Elke maandagmorgen om 10.00 uur vergaderen met 11.30 uur als maximale eindtijd." Kolman is niet te beroerd om inzage te geven in enkele van z'n huisregels. "Telefoondiscipline bijvoorbeeld. Het mobieltje gaat boven in een locker en 's middags krijgen de medewerkers tien minuten pauze om de berichten te checken. "Maar, ik wil 'm op de werkvloer niet zien. Roken? Alleen achter de brasserie. Kom je in spijkerbroek, dan is dat geen probleem, maar geen scheuren in de broek. En iedereen krijgt na afloop van de shift de gelegenheid voor één drankje uit een beperkt assortiment. Geen wildebrasgedoe en dure drankjes. En ook niet drinken in het zicht van de nog werkende collega's", klinkt het streng maar blijkbaar wel rechtvaardig. Want, "bijna 90% van het huidige team, ook de jeugd, is blij met structuur, discipline en duidelijkheid." Structuur, het is naast keihard werken onmiskenbaar de rode draad in zijn verhaal. Hij heeft het nodig om de zakelijke avonturen overzichtelijk te houden. Of het nu de Hofvlietvilla is. Of het Avonturenpark Hellendoorn waar hij op 26-jarige leeftijd werd aangesteld als Food & Beverage medewerker. Of de Agnietenberg in Zwolle waar hij als eigenaar van een veelzijdig horecabedrijf besloot ook de nabijgelegen camping te kopen. "Nou ja, buurman's grond

is slechts één keer te koop", verklaart hij die opvallende combinatie.

Een klassieke uitspraak misschien, maar waar een ander een bedreiging ziet, zie jij een uitdaging? Met andere woorden: hier staat de ondernemer op?

"Ik heb toen inderdaad wel geroepen dat je kansen moet pakken en dat je bedreigingen moet pareren. Maar, ik ga er niet om liegen, het was best lastig om er ook een camping bij te doen. Vierhonderd plekken en tien hectare. En een geschiedenis van niet het tofste publiek. In de horeca stel je je open en draait het om hospitality. Oftewel, de gast staat centraal. De camping, dat moest wel even anders. Met andere woorden: ik ben hier de baas, ik heb een structuur, faciliteiten en voorwaarden. Je bent welkom, maar je moet je wel aan de regels houden en ik controleer. Als het na één of twee keer confrontatie niet wil, dan is daar de uitgang."

Er zijn vast mensen in jouw omgeving die je voor gek hebben verklaard toen je de camping overnam...

"Een uitspraak van mezelf is ook wel: beter één ding goed, dan twee dingen halfgebakken. Mij zul je niet zien met nog een Hofvlietvilla in Arnhem, Amersfoort of welke plaats dan ook. Het verschil bij de Agnietenberg was dat er sprake was van één terrein. Dat maakt het één klus, maar ik moest wel eens van pet veranderen. Dan was ik achterop de camping met een probleem bezig om daarna naar voren te fietsen voor een bespreking met een bruidspaar."

Rood-wit lint

De periode Agnietenberg, het nam bijna 22 jaar in beslag. En in een tijdsbestek van vijf maanden was het verkocht. "Als het kind volwassen is, moet je het loslaten.



Er kwam iemand langs en we kwamen er snel uit. Ik verkocht het in de goede tijd, net voor de crisis. Alleen heb ik het verkocht met concurrentiebeding. Mocht ik ooit nog in dezelfde situatie komen, dan dat nooit meer. Drie jaar lang mocht ik me als zelfstandig ondernemer niet bezighouden met activiteiten op het gebied van horeca en recreatie. En dat binnen een straal van dertig kilometer. Ik zat noodgedwongen driekwart jaar thuis, maar toen was de tuin wel weer groen, het huis geschilderd en waren de auto's gewassen..."

En toen belde de Rabobank. Of hij geen oren had naar een interimklus. "Een paar uur later zat ik bij de bank. De boodschap: de eigenaar van Hotel Waanders in Staphorst maakte er zakelijk een potje van en rijdt alleen maar rond in z'n dikke BMW. Die gaan we moven. Of ik de leiding tijdelijk wilde overnemen zonder te praten over managementfee of een contract. Dat wilde ik wel. En nog een paar uur later zaten we aan tafel. De eigenaar, z'n familie, accountant, iemand van de bank en ik zelf. De mededeling was dat hij niet voldeed aan z'n betalingsverplichtingen en dat meneer Kolman het vanaf nu ging voortzetten. De familie wilde dat niet. Zegt de bank dat ze er dan wel een rood-wint lint omheen spannen en dat de tent op slot ging. Ik dacht bij mezelf: 'ok, werkt het zo in deze wereld?' Het begon die ochtend om 9.00 uur met een telefoontje van de bank en om 17.00 was de handtekening gezet. Kreeg ik een bos sleutels en een bankpasje. En – op z'n Twents - red oer er met." Meerdere klussen in het crisis- en interim management volgden. Zeven jaar lang en naar eigen zeggen bijzonder leerzaam. Zijn mooiste project was een manege. "Het ging om meer dan alleen horeca. Al heb ik dat gedeelte zeker ook aangepakt. De flessen champagne uit de kelder en de zalm uit de koelkast en Red Bull en gehaktballen met satésaus en frikadellen op de menukaart. Maar, het was meer. Op een gegeven moment kwamen er mensen bij me die de stalling van hun paard niet meer konden betalen. Nu had ik via Groupon – tegenwoordig SocialDeal – al een aanbieding met tien paardrijlessen voor de helft van het geld. Dan gebruikte ik in overleg de paarden van de mensen die hun rekening niet konden

betalen. Mensen blij, ik blij en de paarden blij. Een paard moet zestien tot achttien uur per week lopen, maar sommigen haalden slechts vier à vijf uur... Resultaattechnisch ben ik op deze klus het meest trots. In veertien maanden tijd gingen we van bijna een ton verlies naar break even, terwijl ik helemaal geen verstand heb van paarden. Mijn vrouw gelukkig wel!"

Wordt het interimwerk dan op een gegeven moment een kunstje dat je kunt herhalen?

"Nee, zeker niet. Wel heb ik altijd het principe gehanteerd van het managen met de menselijke maat. En dat doe ik nog steeds. Ik heb ook veel geleerd van de goede curatoren. Wel kijken naar de cijfers, wel saneren, maar ook aandacht voor de mens."

Het geheim van het ondernemerschap van Ton Kolman ligt dus in de menselijke maat?

"Absoluut, maar ook bij wat ik omschrijf als het toevoegen van de niets kostende meerwaarde."

??????????????

"We trainen het hier regelmatig. Een gast komt binnen met een verwachtingspatroon en op het moment dat je meer kunt bieden en dat kunnen hele kleine details zijn, dan scoor je! Weggeven, daar scoor je niet mee."

Het dorpse stadse

Kolman heeft de ervaring van het ondernemerschap, weet alles van gastvrijheid en steekt zijn mening desgevraagd niet onder stoelen of banken. Logisch dus dat hij wel eens aanschuift bij gemeente en andere partijen die zich bezighouden met de ontwikkeling van de binnenstad. In zijn beleving doet Zwolle het bijzondere aardig. "Ik ken de cijfers niet precies, maar we zijn op dit moment de vijfde, zesde stad van Nederland als het gaat om toerisme, service, etc. Als je kijkt naar de mix met Fundatie, boekhandel Waanders in de oude

OPLEIDING & TRAINING op unieke locatie



Realistische en praktijkgerichte trainingen op maat



- 9 juli, 17 sep 2021
- 2 juli, 20 sep 2021
- 31 aug, 9 sep en 6 okt 2021
- VCA Basis/VOL
- BHV opleiding
- BHV Herhaling



T 0572 - 85 08 86
M 06 - 18 37 67 83
E info@mboost.nl
W www.mboost.nl

Nieuwe Lemelerveldseweg 11, 8102 SH Raalte



Danzigweg 14, 7418 EN Deventer

www.wr-schoonmaak.nl

Glasbewassing
Vloeronderhoud
Gevelreiniging
Dakgootreiniging
Bouwoplevering
Specialistische reiniging
Zonnepaneelreiniging
Hogedruk reiniging
Ongediertebestrijding
Ontruimingen



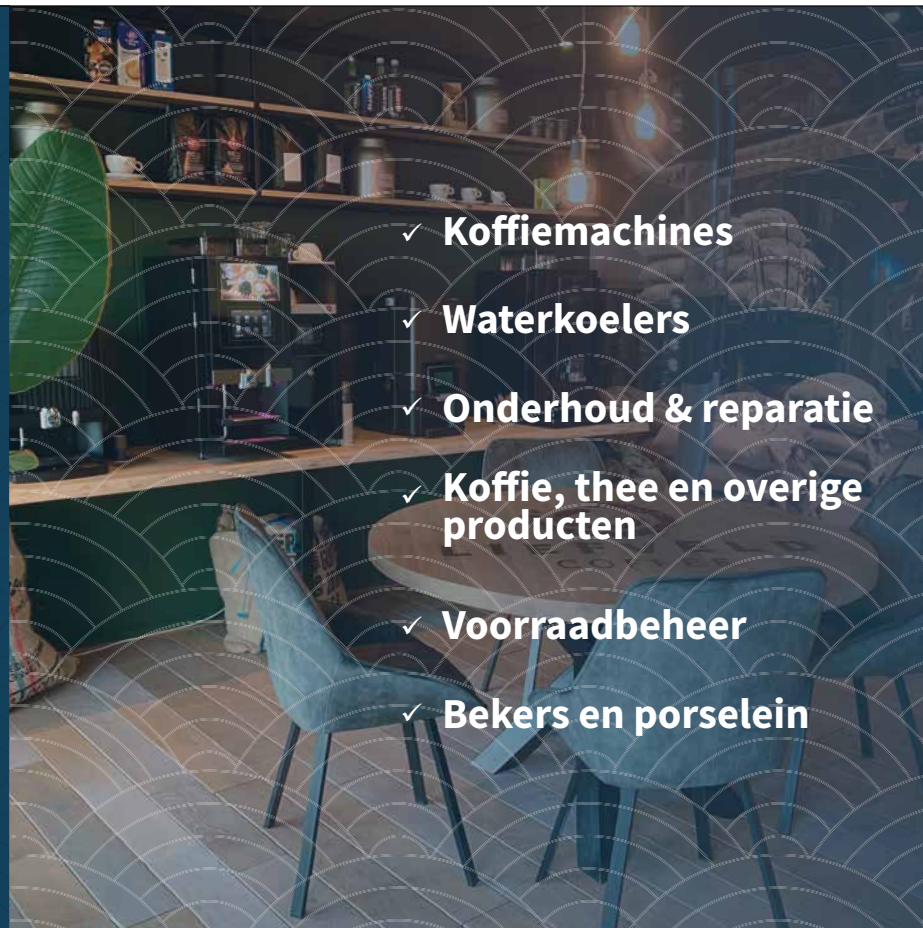
✓ **Kwaliteitsgarantie**



more than coffee

Voor de lekkerste koffie
op de werkvloer

- ✓ **Koffiemachines**
- ✓ **Waterkoelers**
- ✓ **Onderhoud & reparatie**
- ✓ **Koffie, thee en overige producten**
- ✓ **Voorraadbeheer**
- ✓ **Bekers en porselein**



0572 330626 | info@liefveldcoffee.nl | Liefveldcoffee.nl | Praamstraat 4 | 8102 HM | Raalte

kerk, de bereikbaarheid en het dorpse stadse, dan word ik wel heel blij."

De vijfde, zesde stad van Nederland. Dan gaan we dus de strijd aan met bijvoorbeeld Maastricht. Als je dat met elkaar vergelijkt, denk ik dat we nog wel wat flair kunnen gebruiken...

"Misschien zou de stad wel wat meer flair kunnen hebben, maar aan de andere kant ben ik persoonlijk ook wel blij met een soort van gecontroleerde flair. Het moet beheersbaar blijven en in stappen gebeuren."

Zie je voor jezelf een rol om Zwolle nog meer op de kaart te zetten?

"Nou, ik loop zeker niet meer voorop, maar ze mogen mijn kennis, visie en ervaring gebruiken. En zelf moet je natuurlijk proberen creatief en inventief te zijn. Zo hebben we bij de Hofvlietvilla bijvoorbeeld een bootsteiger voor duurzame, elektrische sloepen gecreëerd. Die zijn afgesteld op een maximum snelheid voor de grachten van de binnenstad, zodat ze er niet doorheen jassen. We zijn daar een voorloper in en daar krijgen we ook waardering voor. Als we het doen, doen we het goed en niet half gebakken. Dat kun je ook zien aan onze kas die we er dankzij een tijdelijke vergunning bij hebben kunnen bouwen. Verantwoord, chique en stijlvol."

Is er eigenlijk wel een visie op de omgeving binnenstad?

"Eerlijk gezegd ben ik niet helemaal meer op de hoogte van de korte- en lange termijn visie. Corona heeft er ook wel voor gezorgd dat de bescherming van horeca prioriteit had en dat kun je de gemeente niet echt aanrekenen. Sterker nog, dat is alleen maar goed. Dat ze nu geen nieuwe horecaverGUNningen uitgeven om eerst de bestaande horeca kansen en herkansingen te geven. Pragmatische keuzes en prima beleid."

Foodtruck

We willen het onderwerp beiden het liefst vermijden, maar je kunt momenteel geen artikel schrijven over en met een horecabedrijf zonder de corona aan te stippen. De TVL-vergoeding was een welkome aanvulling voor de Hofvlietvilla en Kolman heeft tevens gewerkt aan een verantwoord kostenplaatje. "En daar



heb ik het team ook bij betrokken. Ze bewust gemaakt. Moet je een ijsblokjesmachine de hele tijd laten rammelen als we toch niet open zijn? We hebben alle producten geconcentreerd in één grote koeling en één grote vriescel. De kranten afgezegd, schoonmaakbedrijf de deur uit, de thermostaat op tien graden. Ik heb zelfs gekeken naar de kosten voor het ophalen en terugbrengen van de was. Zo ver gaat het, maar door dit zaken te beheersen, hebben we wel mede de lockdownsituatie overleefd."

Sommige collega's gingen dicht, jullie hadden hier een foodtruck staan. Typerend voor de Hofvlietvilla?

"Zeker! We kregen een bericht over stadswandelingen onder ogen en zijn aangehaakt met de foodtruck. Op één dag kregen we 130 mensen over de vloer. Allemaal een snack, vuurtje en muziek er bij. Uiteraard alles op gepaste afstand. We verkopen eten, drinken en beleving. En daar kon ik de beleving tonen. Daarnaast heb ik al mijn medewerkers nog zes uur aan het werk kunnen zetten. Ze zagen elkaar, waren betrokken, en werden weer enthousiast."

Het is dan natuurlijk ook weer de kracht van de locatie

"Ja! Het mooie is dat ze vanuit alle windrichtingen langs komen fietsen op weg naar de stad. Voordat we hier aan de slag gingen, ben ik al eens op een zaterdag gaan tellen hoeveel traffic er over de Hofvlietbrug van en naar het centrum ging. Het is de manier waarop ook de McDonalds' en Van der Valkjes kijken. Zoveel passanten, dan is tien procent voor ons. Toch zei Sjoerd-Jan Feenstra, eigenaar van vijf McDonalds-vestigingen dat het succes van de Hofvlietvilla hem heeft verbaasd. Hij ging er van uit dat mensen de stad alleen in en uit gaan. Maar de stad is zo druk geworden dat ze hier graag willen zitten. Aan het water, in het groen en met uitstraling. Ook voor de jongeren hebben we die WOW-uitstraling. Mede dankzij mijn vrouw die supergoed is in de digitale marketing."

Hoe lang ga je het nog doen, de Hofvlietvilla?

"Daar heb ik nog geen idee van. Ik vind wel steeds meer rust in mijn wereldje."

Maar tegelijk bruist het nog enorm. Toch?

Ja, het is bijna ziekelijk..."

“ Een horecabedrijf kun je niet leiden vanachter een beeldscherm en toetsenbord ”

Vergaderen op een eeuwenoud landgoed?

Het kan bij De Vlaminckhorst



Binnenkort is er de mogelijkheid voor blended bijeenkomsten
Interesse? Bel Henk 06 300 922 40 of Nellie 06 229 803 790

Het landgoed ligt op een steenworp afstand van het centrum van Heino. De deel van de idyllische boerderij leent zich bij uitstek voor vergaderingen, presentaties, workshops, hei-sessies en teambuildingsactiviteiten. En tussendoor kun je heerlijk wandelen in de Engelse landschapstuin en het Bouwhuisbos. Ook vergaderen op een inspirerende locatie? Neem contact op met Henk van der Wal en Nellie Verhoef.

Landgoed De Vlaminckhorst | Vlaminckhorstweg 38-40 Heino | info@vaminckhorst.nl | www.vlaminckhorst.nl



ZORGELOOS GENIETEN VAN BUITEN

Vanzelfsprekend?

De recreatieve sector verandert onder andere door COVID-19. We krijgen steeds meer verzoeken van campings en vakantieparken om ze te helpen bij het realiseren van kleinschalige recreatie-eenheden en nieuwe voorzieningen. Wil je weten hoe we je kunnen helpen met een landschapsplan, bestemmingsplan en de nodige vergunningen? Maak dan snel een afspraak.

BiedtRuimte is een adviesbureau voor de leefomgeving. We vertellen je alle ins en outs en vertalen jouw initiatief graag naar een haalbaar initiatief.

Heb je vragen? Stel ze ons gerust.

We zijn graag het vizier op jouw leefomgeving.

Drosteweg 8 | 8101 NB Raalte | info@biedtruimte.com | 06 205 800 61 | www.biedtruimte.com

't Salland Coaching pleit voor meer aandacht voor duurzame inzetbaarheid

Ontwikkelsprekken zijn goed voor werknemer én werkgever

De wereld verandert. Dus ook de verhouding tussen werkgever en werknemer. Waar een medewerker enkele decennia geleden zonder morren 25 jaar achtereen bij één bedrijf dezelfde taken uitvoerde, komt hij/zij nu eerder op voor z'n belangen. Moet je dat als ondernemer zien als lastig en vervelend? Nee, integendeel! Omarm het en ga samen aan de slag om duurzame inzetbaarheid te creëren.

Een mooi instrument is het zogenaamde ontwikkelgesprek. "Dat is wezenlijk anders dan het meer bekende functioneringsgesprek. Je werpt samen een blik naar de toekomst en de werknemers spreken hun ambities uit. Het draait tegenwoordig ook steeds meer om een stukje zingeving. Zeker bij de jongere generatie. Zij streven heel duidelijk naar een doel in het leven", weet Martine Scholten, mede-eigenaar van 't Salland Coaching & Advies in Luttenberg uit ervaring.

Of je nu een paar mensen in dienst hebt of meer dan tien, het is goed om ontwikkelgesprekken in te plannen. Beschik je niet over een eigen HR-manager of -afdeling, dan is het goed om externe hulp in te schakelen. En leg de uitkomst vooral vast in een ontwikkelplan. "Dan kun je het bijvoorbeeld eens in de twee jaar samen tegen het licht houden en toetsen of het

nog past." Natuurlijk is het mogelijk dat uit het ontwikkelgesprek blijkt dat de ambities van werknemer en bedrijf geen gelijke tred houden. Dat moet je zeker niet als een bedreiging zien. "Je kunt niet verwachten dat medewerkers hun hele werkzame leven bij jouw bedrijf blijven. Als ondernemer is het belangrijk dat je je flexibel opstelt als het gaat om verandering. Onderschat vooral ook niet dat enige doorstroming zeker ook goed is voor het bedrijf. Je wilt toch fitte medewerkers waarmee je resultaten kunt behalen?"

De praktijk wijst uit dat in een ontwikkelgesprek nog wel eens verrassende zaken naar boven komen als je het personeel de ruimte geeft om hun ambities uit te spreken. Een accountmanager kan bijvoorbeeld aangeven dat hij graag de landelijke markt wil bestormen in plaats van

zich alleen op de regionale markt te focussen. "Dan kun je als ondernemer de afweging maken of je daarin mee wilt gaan en samen kijken wat nodig is om het te realiseren."

Twijfel je nog over ontwikkelgesprekken en ontwikkelplannen, dan is het goed om te weten dat je een beroep kunt doen op SLIM-subsidies die MKB'ers stimuleren meer te doen met leren en ontwikkelen. "Je kunt het gebruiken voor het maken van ontwikkelplannen en inzetten voor opleidingsmogelijkheden", aldus Martine die benadrukt dat het ook hier gaat om een vorm van cofinanciering. Maar dan wel een hele aantrekkelijke vorm. "Normaal gesproken word je als ondernemer geacht de helft van het bedrag te betalen, maar de SLIM-subsidie vergoedt maar liefst tot 80%."

't Salland Coaching & Advies | www.tsalland.nl

‘Houthandel Salland is dé houthandel
voor iedereen die bouwt of klust!’

- NU GEOPEND -

Via onze webshop bekijk je eenvoudig ons assortiment!
Klik & bestel en laat jouw bestelling bezorgen of haal het op
bij onze vestiging in Nieuw Heeten.

DOUGLAS - EIKEN - AFRASTERING
HARDHOUT- TAFELBLADEN

Bekijk de openingstijden op onze website!

Beukvenne 3 | 8112 BA | Nieuw Heeten | houthandelsalland.nl

 PASSIE FLORA
SALLAND

Bestel gemakkelijk je zakelijke boeketten
voor speciale gelegenheden.

Zet het team van Passie Flora Salland maar aan het werk

Het is tenslotte onze passie!

Niet voor niets gekroond tot Duurzame bloemist in goud.
Bezorging in heel Nederland via FloraNL.

 BAROMETER
DUURZAME
BLOEMIST

Niveau Goud – SGS 201501-21

WWW.PASSIEFLORASALLAND.NL

Kwartel 4, 8103 EB Raalte (Noord)

 HOFVLIETVILLA
— brasserie —



Pannekoekendijk 6 | 8011 BJ Zwolle | 038 2038011 | www.hofvlietvilla.nl | info@hofvlietvilla.nl

SOM's advertorial 15

Online in Beeld zorgt voor een interactieve online weergave van jouw onderneming

Meer online beleving voor jouw klanten? Denk eens aan 360 graden fotografie!



Als je de laatste jaren wel eens op internet hebt gezocht naar een andere woning, dan ben je ongetwijfeld bekend met het fenomeen. Zo niet, dan ken je het wellicht van de zoektocht naar een geschikt hotel voor de zomervakantie. Het zijn slechts enkele voorbeelden van de wijze waarop je 360 graden fotografie kunt inzetten om jouw bedrijf beter op de kaart te zetten.

Als we Erwin de Wolff van Online in Beeld mogen geloven – en er is geen reden om dat niet te doen – kan elke onderneming zijn voordeel doen met 360 graden fotografie. “Hetzelfde principe als Google Street View en op maat gemaakt voor jouw bedrijf.” Neem het voorbeeld van die detachingsclub in het westen van het land. “Zij namen contact met me op omdat ze graag de kantooromgeving wilden laten zien. Enerzijds om toekomstige werknemers te interesseren. Anderzijds om juist kandidaten te prikkelen die namens het bedrijf kunnen worden gedetacheerd. Het was dan ook niet bepaald een standaard kantooromgeving.” Een ander voorbeeld is de grote showroom van Fendt landbouwmachines in de buurt van Amersfoort. Een walhalla voor de liefhebber

van dit specifieke merk en dat wil je natuurlijk in z'n volle glorie, dus vanuit alle hoeken, laten zien. Of het metaalbedrijf dat er maar niet in slaagt om vakmensen te vinden en het nu over een andere boeg gooit. Met dank aan de 360 graden fotografie van Online in Beeld wordt getoond hoe mooi zowel showroom als werkvloer er uit ziet. Onder het mom van 'daar wil je toch werken'!

Dichter bij huis heeft De Wolff ook de Heinose winkel van Bakkerij van der Most in beeld gebracht. En de andere vestigingen zijn gevolgd of volgen wanneer de thermometer voor langere tijd boven de twintig graden uitkomt. “Ik zie heel veel kansen voor online beleving. Mensen moeten op onze website dezelfde ervaring krijgen als in de winkel. Dus gewoon binnenwandelen en in één oogopslag het complete assortiment zien. Maar ook waar je kunt parkeren. Dat kan allemaal met 360 graden fotografie!”, is de redenering van eigenaar Mark van der Most. De woorden zijn koren op de molen van De Wolff. “Het alternatief is dat je gewone foto's gebruikt, maar met 360 graden fotografie wordt het interactief. Daarbij zijn 360 graden foto's eerlijk: what you see is what you get!”,



aldus de digi-ondernemer die uit ervaring weet dat zijn arbeid er voor zorgt dat klanten/ gebruikers) doelgerichter op de website kijken. “En het is goed voor de conversie oftewel het aantal acties waarvan je wilt dat de klant het uitvoert.”

Als een ondernemer interesse toont, gaat Online in Beeld altijd eerst in gesprek om te kijken hoe de wensen en behoeftes kunnen worden vertaald naar de online beleving. Een afspraak op locatie is dan ook bijna standaard. “Hier voel je de gedrevenheid van eigenaren wanneer ze over hun onderneming praten. “Dat is ook het mooie van mijn werk. Je komt op plekken waar je nog nooit bent geweest en je mag altijd werken met mensen met passie voor hun vak.”



Ga met je mobiel naar deze QR-code en zie het resultaat van de 360 graden fotografie bij Bakkerij van der Most in Heino



Gemeente Raalte blijft onverminderd ambitieus als het gaat om ondernemersvriendelijkheid

Hand in hand met ondernemers van rode lantaarn naar gele trui

Het kan snel gaan. In 2016 scoorde Raalte ronduit slecht in het MKB-onderzoek naar ondernemersvriendelijkheid. De gemeente bungelde met een 4,8 zelfs onderaan in het klassement van Overijssel. Hoe anders is het in 2021. Niet alleen is het cijfer van onvoldoende naar ruim voldoende gegaan; Raalte wordt nu zelfs benaderd door andere gemeenten voor een kijkje achter de schermen.

De ultrakorte versie van het Raalter geheim bestaat uit slechts één woord. Gemeentesecretaris Karin Cornelissen en Paul Maas (voorzitter Kring Raalter Werkgevers) vatten het namelijk graag samen met: samenwerking. Waar gemeente en ondernemers voorheen langs elkaar heen liepen, lopen ze nu bij wijze van spreken hand in hand door de winkelstraten.

In de Taskforce, die na het slechte resultaat in 2016 is opgericht, zitten gemeente en ondernemers uit de hele gemeente Raalte met elkaar aan tafel. Bedoeld om de onderlinge verhoudingen te versterken, problemen (eerder) te tackelen en vooral concrete stappen te zetten om tot een betere waardering van de ondernemersvriendelijkheid te komen. Eén van de belangrijke gespreksonderwerpen

was het gevoel bij het lokale bedrijfsleven dat de gemeente teveel inkopen deed buiten de gemeentegrenzen. Daarom werd het bedrijvenregister in het leven geroepen. Een handig overzicht van lokale bedrijven per werkgebied die graag zaken willen doen met de gemeente. Dat heeft z'n vruchten afgeworpen.

Percentage lokale inkoop

De grote stap vooruit die nu wordt gemaakt, is om het inkooppercentage echt in beeld te brengen. "Iedere drie maanden wordt via een rapportage in grote lijnen bekend hoeveel procent van de totale inkoop lokaal is ingekocht. Daarmee maak je het inzichtelijk en – niet onbelangrijk – we kunnen de trend

in de gaten houden", aldus Maas. Cornelissen knikt en vult aan: "Deze kwartaalrapportage wordt ook besproken in het managementteam en gedeeld op ons intranet. We nemen intern graag iedereen hierin mee: dit is hoe we het in Raalte doen. Overigens wil ik het nog wel iets nuanceren. Als iedere gemeente een muur zou optrekken om de eigen ondernemers te beschermen, dan zijn onze bedrijven ook niet blij. Dus, waar mogelijk kiezen we voor onderhands en dan het liefst lokaal. Is er sprake van meervoudig onderhands, dan is het minimaal twee lokale partijen en minimaal één van buiten de gemeente." Het bedrijvenregister is er gekomen. En de eerste ruimtecoach in de persoon van Vincent Breen die meedenkt met bouwplannen die in eerste instantie niet binnen het

bestemmingsplan en de regels voor vergunningen passen. Het gaat er dan om hoe het wel kan. Dat is een groot succes, want inmiddels heeft hij er al drie collega's bij gekregen. "We roepen bedrijven altijd op om de gemeente zo snel mogelijk in het proces te betrekken. Eigenlijk op het moment dat je nog met je man of vrouw aan de keukentafel in gesprek bent."

De gemeente Raalte doet momenteel ook een belangrijke inspanning op het gebied van de snelheid waarmee bouwvergunningen worden verleend. Er is zelfs iemand aangesteld die het proces onder de loep neemt en het professioneler moet maken. "We scoren op dit punt nog altijd hoger dan het landelijk gemiddelde, maar van alle punten scoren we hier het minst. Gemiddeld nam een aanvraag voor de coronamaatregelen 45 dagen in beslag. Met de overvloed aan aanvragen sinds de pandemie is dat wel wat opgelopen. Maar het moet nog korter kunnen. We kijken ook nadrukkelijk naar andere gemeenten, waaronder de gemeente Dalfsen. Zij boeken goede resultaten met de splitsing in eenvoudige en moeilijke aanvragen. In ons droomscenario wordt het mogelijk om eenvoudige aanvragen binnen een week af te ronden."

De nieuwe cijfers zijn bekend en de uitslag is positief!

Het brandt ze op de lippen, maar ondanks voorzichtige aandrang houden Karin Cornelissen en Paul Maas de kaken op elkaar. We krijgen dus nog niet te horen welk cijfer de gemeente Raalte over het jaar 2020 heeft gekregen als het gaat om ondernemersvriendelijkheid. "De cijfers zijn bekend, maar als individuele gemeente mogen we het niet naar buiten brengen."

Uit de gezichten valt wel af te leiden dat er sprake is van goed nieuws. "We zijn heel tevreden", is het enige dat we te horen krijgen. Het heeft er dus alle schijn van dat Raalte na de 4,8 in 2016 en de 6,8 in 2018 in ieder geval boven de 7 uitkomt. Dat is natuurlijk een moment om op gepaste wijze bij stil te staan met de totale Taskforce die naast Cornelissen en Maas bestaat uit Marten Jansen (Ondernemersvereniging Broekland), Bram Steijn (Heino Aktief), Ron Hoogsteder (ZP Raalte), Macha Haerkens (accountmanager bedrijven gemeente Raalte), Vincent Breen (ruimtecoach gemeente Raalte) en Henri Lantink (domeinmanager Ruimte

gemeente Raalte). Het duo wil echter wel waken voor teveel euforie. "We moeten door de slingers heen blijven kijken om kansen te zien voor verbetering", aldus Cornelissen en Maas die de Taskforce zeker niet willen opheffen. "Het is een prachtig overlegorgaan waarin we elkaar scherp houden. Zo'n situatie met TCR die het leerlingenvervoer niet gegund krijgt, komt zeker ook ter sprake. Je mag best weten dat we daar met z'n allen flink van balen, maar we willen ons wel aan de regels rondom transparante aanbesteding houden."



Directeur Sietze Henstra vertelt over de weg van ongeschikt naar geschikt

EEGA Groep geeft nieuwe dimensie aan sociaal verantwoord ondernemen

Vol trots kijken ze je aan. De jonge arbeidskrachten die via het bedrijfsonderdeel EEGA Plus van de EEGA Groep in een hele fijne werkkring terecht zijn gekomen. Een plek waar hun vaardigheden worden gewaardeerd en waar de balans tussen belastbaarheid en prestatie goed in de gaten wordt gehouden. Ook al heb je in het pand nog niemand gesproken, de Wall of Fame bij de receptie maakt meteen duidelijk dat het hier draait om de mens. In al zijn unieke verschijningsvormen.

De letters EEGA Groep staan duidelijk vermeld op de gevel van het imposante pand aan de Zutpenseweg. In het hoofdkantoor kun je normaal gesproken ruim honderd mensen tegenkomen – zowel werknemers, cliënten als opdrachtgevers - maar vanwege corona is het aantal aanwezigen beperkt tot maximaal dertig. "Het is ons hoofdkantoor en tegelijk onze trainingsruimte. We zijn klein begonnen en langzaam maar zeker uitgebreid naar de huidige omvang", vertelt algemeen directeur Sietze Henstra. De EEGA Groep is in diverse gedaanten (in totaal zijn zeven bedrijven aangesloten)

vanaf 2000 actief in Midden-Nederland (Drenthe, Overijssel, Gelderland, Flevoland en Utrecht). Je zou de onderneming dus al kunnen kennen, maar Henstra is de eerste om toe te geven dat het met de naamsbekendheid nog wel beter kan. "We gaan zeker zorgen voor meer reuring in Salland. EEGA is al actief voor meerdere gemeenten in Salland en het Vechtdal en meerdere grote bedrijven weten de weg te vinden, maar we moeten onszelf nog meer en beter laten zien." Maar, wat doet EEGA dan eigenlijk? De medewerkers zijn dagelijks in de weer met

de koppeling van mens en werk, met name voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. "Maar, noem ons vooral geen sociale werkvoorziening. Onze kracht schuilt in het feit dat we de deelnemers van EEGA Plus als volwaardig aankomend werknemer beschouwen. En daarom willen we ze met een arbeidscontract laten uitstromen in de reguliere arbeidsmarkt. Op een plek die het best bij ze past en waar ze het goed naar 't zin hebben." De deelnemers zijn stuk voor stuk jonge mensen (vanaf 18 jaar) met wat wordt omschreven als een gediagnosticeerde

beperking. Dat kan zowel een lichamelijke (b.v. zware rugklachten) als een sociaal-emotionele beperking zijn. Ze zijn er mede daardoor niet in geslaagd om een diploma te bemachtigen. "De EEGA Plus-aanpak is er op gericht om ze binnen 2,5 jaar een beroepskwalificatie op het niveau MBO te laten halen. En ze krijgen dan ook een arbeidscontract. We hebben onze organisatie zo ingericht dat de coaches de ruimte krijgen voor de noodzakelijke begeleiding. Ons succespercentage, dus het percentage van de doelgroep dat uitstroomt naar de reguliere arbeidsmarkt, bedraagt 70%. En dat is best hoog!"

Ook komt de EEGA Groep in beeld nadat de Arbodienst heeft geconstateerd dat iemand ongeschikt is om te werken en een arbeidsdeskundige geen kans meer ziet voor terugkeer bij de werkgever. "Dan gaan wij aan de slag om te kijken wat iemand nog wel kan. Het stempel ongeschikt gaat er af en wordt vervangen door het stempel geschikt."

Geen detachering

De loopbaancoaches van het bedrijfsonderdeel Mens & Zo van de EEGA Groep komen dan niet op het meest florissante moment binnen in de organisatie. En het gevoel dat ze dan ook nog eens op

de stoel van de werknemer gaan zitten, is hardnekkig. "Die angst is onterecht, want wij proberen het voor alle partijen zo goed en snel mogelijk op te lossen", aldus Henstra die voor de duidelijkheid wil benadrukken dat hij geen algemeen directeur is van een detacheringsclub. En zo is de EEGA Groep dus actief voor meerdere spelers, zowel commercieel als niet-commercieel. Met vele partijen is al sprake van een jarenlange samenwerking. "Voor een deel is dat zeker ook te danken aan de nazorg. Dat is een belangrijk onderdeel van ons programma. Elke drie of zes maanden even evalueren met alle betrokken partijen. Daarmee hou je de relatie goed."



Ook een nieuwe website die resultaat oplevert?



www.awcr.nl



www.oginkasperges.nl



www.deboerverspaning.nl

N35 → website → bezoekers → conversie

Ben jij klaar voor de stap van **HOW** naar **WOW**?

Neem dan de afslag naar N35 Creatief en kom een keertje brainstormen!

www.n35.nl

DigiWorks



Jouw totale werkomgeving in de cloud

Microsoft Office 365

Jouw Microsoft Office-desktoptoepassingen in de cloud, gecombineerd met professionele voorzieningen zoals o.a. e-mail en chat voor een vast maandbedrag. Sneller werken vanaf vrijwel elke plek, met het vertrouwde Office.

- Maandelijks abonnement
- Flexibel uitbreiden of inkrimpen
- Snelle installatie & implementatie
- Altijd up-to-date
- Automatische back-ups
- Efficiënter samenwerken
- Overal, altijd en met elk device of browser toegang



Imagocoach Debbie Kotteman is blij met succes van haar Personal Shop Event

Met meer zelfvertrouwen door het zakenleven dankzij hulp bij presentatie

Van zo'n tachtig klanten onthouden wat hun maat is, welke broek ze vorig jaar hebben gekocht, of dé kleur van dit seizoen hen op het lijf is geschreven en of dat ene jasje past bij de lichaamsbouw. Imagocoach Debbie Kotteman van Jouw Eigen Kracht draait haar hand er niet voor om. Inleven in de klant, zo omschrijft ze het. Het is haar grote kracht. Met het succesvolle Personal Shop Event als onderdeel van haar onderneming, geven we haar geen ongelijk.

"Iedereen kan stralen en kleding helpt daar heel goed bij", zegt Debbie. "Imago, uiterlijke presentatie en een goede uitstraling dragen bij aan succes, zowel zakelijk als privé! En dat geldt voor iedereen, ongeacht je bouw of leeftijd!" Met haar bedrijf richt Debbie zich op persoonlijke kracht en helpt zij mensen om meer zelfvertrouwen te ontwikkelen op weg naar een uitstraling die bij hen past. Het Personal Shop Event is daarbij een succesvol concept. Twee keer per jaar installeert Debbie zich met rekken vol kleding,

accessoires en goede koffie in Kulturhus Het Trefpunt in Heeten en ontvangt zij vrouwen (twee tegelijk) voor een persoonlijke shoppessie. Dan heb je haar anderhalf uur tot je beschikking en loodst ze jou door mode, stijlen, pasvormen en kleuren. Want Debbie luistert goed naar haar klanten én verstaat haar vak. "Als ik op inkoop ben, heb ik vaak al klanten in gedachten voor de kleding die ik zie. De vrouwen die op het event komen, gaan ook allemaal naar huis met een goed advies. Vaak met kleding waarvan ze niet hadden gedacht dat het bij hen zou passen. Ik weet gewoon precies wat hen zal staan en waar ze zich fijn in voelen."

Met keuze uit zo'n zestien kledingmerken zegt Debbie: "Je kunt er altijd goed uitzien, ook als winkelen niet je favoriete bezigheid is. Ik help je door goed naar je te luisteren en te kijken. Zo vertaal ik jouw persoonlijke kwaliteiten naar een uiterlijke presentatie. Dan heb je geen miskoop meer in de kast en weet je precies wat je kunt aantrekken naar die vergadering of dat feestje. Dan heb je kleding die je graag draagt en waarvan je

weet dat het bij je past!" Debbie's stelt haar concept Personal Shop Event ook beschikbaar aan zo'n dertig collega-ondernemers die er hun eigen event mee organiseren. "Daar zitten heel wat uurtjes werk in want er zijn voortdurend twee aanhangers vol met kleding ergens onderweg tussen mijn loads en een event. Maar het betekent ook dat we heel veel vrouwen blij kunnen maken en in hun kracht kunnen zetten. Want dat is waar het voor mij om gaat. Hoe tof is het om die blije appjes te lezen en te weten dat het me gelukt is om iemand zelfvertrouwen te geven, gewoon met de juiste kleding!"

Het Personal Shop Event vindt dit najaar plaats in Heeten. Boek je plek op jouw eigenkracht.nl.

JOUW
EIGEN
KRACHT
imagocoaching



Alleen een mooie website verkoopt niets. De juiste woorden wel.

Veel bedrijven spenderen veel geld aan marketing en een website. Maar vaak levert het niets tot weinig op. Frustrerend hè?

Bij veel websites zie je dat er door ontwerpers veel aandacht is geschonken aan de vormgeving en de website (te) mooi is. Maar vaak klopt de boodschap niet en word je niet getriggerd.

Veelal wordt niet nagedacht over de juiste woorden die voor verkopen zorgen. Mensen kopen producten nadat ze woorden hebben gelezen die er voor zorgen dat ze het product kopen. Denk eens aan je laatste aankoop op Coolblue. Het ontwerp zorgt er niet voor dat je een product koopt, de woorden wel. Hoe dan? Verduidelijk je boodschap. Communiceer simpeler en duidelijker. Mensen raken geïrriteerd en zijn verward als ze de boodschap op jouw website niet begrijpen. En als je de klant verwart, verlies je deze. Mogelijk aan je concurrent. Zorg dat je communiceert met simpel taalgebruik zodat jouw klant het ook snapt.

Maar ook het menselijk brein speelt een belangrijke rol. Het brein is constant bezig te overleven. Communiceer iets over je product dat mensen helpt om te 'overleven'. Los een probleem op. Anders zijn ze niet geïnteresseerd. De bezoekers zijn niet geïnteresseerd in het feit dat je bedrijf 100 jaar bestaat en door je opa is opgericht. Ze scannen die informatie en vragen zich af hoe hen dat helpt om te overleven.

Dus praat op je website niet alleen over jezelf, maar praat over je klant. Vertel hoe jij de klant kunt helpen te 'overleven'. Doe dit in zo simpel mogelijk taalgebruik welke begrijpelijk is voor jouw klant. Doe je dit, dan ben ik er van overtuigd dat je meer uit je website haalt.



JRV Products en Hoekman Roestvaststaal zien mooi toekomstperspectief

Kleine en grote ondernemers vinden elkaar in dezelfde uitdagingen en problemen

SOM'S UITWISSELING

Zet twee ondernemers aan de stam- of keukentafel en je krijgt een gesprek. Maakt niet uit in welke branche ze actief zijn. De verschillen kunnen groot zijn, maar er zijn altijd overeenkomsten. Iets dat ze zeker blijft binden, is de vrijheid van het ondernemerschap. In de rubriek SOM's Uitwisseling brengen we twee regionale ondernemers bij elkaar. Om te leren, om te prikkelen, om te beïnvloeden en vooral om ervaringen uit te wisselen. De ene keer stellen we de vragen, het andere moment zijn we notulist. In deze editie van SOM gaan we op bezoek bij Heleen Wildvank-Hoekman van Hoekman Roestvaststaal in Nieuwleusen en als gast nemen we Alfons Boerdijk van JRV Products uit Heino mee.

Yes!
We mogen weer

Vier je zomervakantie met een vakantieborrel!

06 - 22 25 32 42 | info@cateringbyerwin.nl | www.cateringbyerwin.nl

Hans Meulman

Tegelzetbedrijf *Raalte*
Wanneer u kiest voor kwaliteit, gemak en een goed advies

Plannen om je bedrijfspand te vernieuwen?

Kom dan mooie ideeën op doen bij ons in de showroom!

Samen onder het genot van een heerlijk bakje koffie komen wij er wel uit!

Almelosestraat 7a, 8102 HA Raalte
Tel. (0572) 361 231
Mob. 06 21 268 071
www.hansmeulman.com
info@hansmeulman.com

Geopend op afspraak!



“Kijk, dit vind ik mooi”, zegt Alfons Boerdijk als we samen naar de ingang van Hoekman Roestvaststaal in Nieuwleusen lopen. En hij wijst naar een rvs plantenbak. “Dat je als bedrijf direct laat zien wat je maakt en waar je mee bezig bent.” Een goed stukje marketing dus! Het compliment wordt in dank aanvaard door Heleen Wildvank-Hoekman, die samen met haar broer Gert directeur-eigenaar is van de Nieuwleusense onderneming.

We treffen het vandaag. Soms heb je ondernemers die heel goed zijn in hun vak maar het heel lastig vinden om dat onder woorden te brengen. Zelfs als het hun eigen bedrijf betreft. Bij Heleen en Alfons proef je de passie, de liefde voor het ondernemerschap én het valt eigenlijk geen moment stil aan de fraaie houten tafel in de vergaderruimte. Dan kun je als tekstschrijver niet anders dan vooral heel dankbaar zijn. En een poging doen om het met de pen allemaal bij te houden...

Als startende ondernemer – in 2008 nam hij een bedrijf in professionele en hoogwaardige bevestigingsmaterialen en gereedschappen in Brabant over – kwam Alfons al eens bij Hoekman op bezoek. Even kennismaken en kijken of er zaken kunnen worden gedaan. Er kwam toen geen handel uit, maar wellicht dat zich binnenkort een nieuwe kans aandient. “Loop straks maar even mee. Dan stel ik je voor aan onze inkoper”, biedt Heleen aan het eind van het gesprek een nieuwe opening.

Er is ook wel het een en ander veranderd sinds Heleen en Gert in 2011 het roer in handen kregen. Destijds stonden dertig mannen en

vrouwen op de loonlijst, inmiddels zijn het er tachtig geworden. “Als oudste van het gezin kreeg ik de vraag of ik het wilde overnemen. Ik kwam uit de zorg, maar had wel wat met techniek. Ik had zeker interesse, maar wilde ook goed beslagen ten ijs komen. En niet als dochter van... in het bedrijf komen. Daarom ben ik eerst begonnen met de opleiding tot plaatwerker. En mijn voorwaarde was dat ik het niet alleen ging doen. Zo kwam mijn jongere broer Gert – we schelen elkaar vijftien jaar – op den duur in beeld! We hebben ook een hele mooie verdeling gevonden. Hij is technisch directeur en ik draag de verantwoordelijkheid voor HR en financiën.”

Heleen: “Hoe gaat dat bij jullie eigenlijk?”

Alfons: “We hebben een team van vijf personen waaronder ook mijn vrouw. Je moet elkaar niet in de weg lopen, maar met een kleiner clubje is het wel lastiger om zaken af te bakenen. Ook loopt zakelijk en privé wel wat door elkaar omdat het bedrijf nu nog aan huis is gevestigd. Dan zit je bijvoorbeeld ook met elkaar aan de keukentafel te eten.”

Je zegt ‘nu nog aan huis gevestigd’. Er zijn dus plannen?

Alfons: “Een paar jaar geleden zijn we voorzichtig beginnen na te denken over nieuwbouw op een bedrijventerrein in de regio en nu hebben we besloten de stap te zetten. Er is dus wel goed over nagedacht. De keuze is gevallen op Raalte omdat daar veel bedrijven in de maakindustrie zijn gevestigd. En daar zit nog geen andere vergelijkbare onderneming.”

Een mooie stap. En een bevestiging van jullie huidige status.

Alfons: “Het past wel in de ontwikkeling. In het begin hadden we nog het gevoel dat we wel met z’n tweeën konden blijven. In de praktijk blijkt dan vrij snel dat je wel erg kwetsbaar bent. En als je om je heen kijkt, zie je nergens een iets grotere speler op dit gebied. Dus, dan liggen er kansen. Ja, de verhuizing naar Raalte voelt inderdaad als een nieuw begin.”

Hoe is dat bij Hoekman? Is er voldoende bedrijfsruimte?

Heleen: “We zijn hier actief vanaf 1992 en zijn

langzaam uitgebreid. Nu zitten we wel in een fase dat het eigenlijk te klein is. Gelukkig kregen we twee jaar geleden de kans om een terrein met pand direct achter ons bedrijf te huren en dat hebben we nu zelfs gekocht. In het meest ideale scenario hebben we alles bij elkaar, maar er zijn nog geen concrete plannen om te verhuizen of te bouwen. Weet je, de aanrijroute met de N377 voor de deur is hier echt perfect. Bovendien is het ook goed om eerst te kijken hoe de kostenstijging bij onze toeleveranciers zich ontwikkelt.”

Dat is inderdaad één van de gevolgen van de coronapandemie. Wat is het effect van COVID-19 op jullie bedrijfsvoering geweest?

Heleen: “We hebben als directie vrij snel een paar scenario’s opgesteld voor de lockdownperiode en een briefing gehad met het personeel. De strekking was om alle orders in de pijplijn zo snel mogelijk weg te werken om ook direct te kunnen factureren. De schouders moesten er echt onder, want we hadden de uitzendkrachten uit voorzorg al naar huis laten gaan.”

Alfons: “Dus ook een voorschot genomen op wat ging komen?”

Heleen: Ja, dat klopt. Achteraf bleek het niet nodig, want een algehele lockdown bleef uit en we hebben gewoon kunnen doordraaien. We

hebben geen NOW aangevraagd. Wel uitstel van belasting, maar we zijn nu weer helemaal bij.”

Alfons: “En geen uitval gehad qua personeel?”

Heleen: “Dat viel reuze mee. We waren dan ook vrij consequent. Bij gezondheidsklachten direct laten testen. En we hebben qua ICT alles uit de kast gehaald om medewerkers van kantoor de mogelijkheid te bieden thuis te werken.”

Alfons: “We deelden misschien dezelfde zorgen, maar thuiswerken was er in ons kleine team niet bij. Daarvoor hebben we op de werkplek zelf teveel contact met elkaar. Mede daarom waren we ook heel streng. Twijfel je over je gezondheid, dan direct testen. In dit wereldje heerst namelijk toch een cultuur van gewoon doorgaan. Overigens heeft corona ons veel goeds gebracht. De webshop draaide als een tierelier en vanaf dag 1 ging de omzet omhoog.”

Het succes van JRV Products zit 'm met name in de automatiseringsslag die jullie hebben gemaakt?

Alfons: “Onze groei is echt gekomen door online te gaan. En de beslissing om website en online marketing niet zelf te doen, maar kennis van professionals in te huren. Het kost een klap geld, maar het betaalt zich dubbel en dwars terug. We kunnen nu ook veel beter anticiperen omdat je meteen kunt meten welke producten het best scoren.”

Heleen: “Mooi om te horen. Eind 2019 hebben we onze website helemaal opnieuw ingericht en we bieden onze klanten ook de mogelijkheid om aanvragen online ‘in te schieten’ en dan wordt er direct een offerte gemaakt. Met dit niveau van automatisering benutten we onze bedrijfskansen optimaal, maar het is ook goed voor de uitstraling naar buiten. Zo ziet technisch personeel dat we ook investeren in ICT en automatisering en dat de metaal niet meer alleen ‘werken met de handen’ betekent.”

Heleen: “De ICT, dat is een kans een bedreiging tegelijk. We hebben niet zo lang geleden een flinke stroomstoring gehad. Dat heeft ons wel weer even flink aan het denken gezet en we hebben maatregelen genomen om het beter op te vangen.”

Alfons: “Als je het hebt over bedreigingen, dan vind ik de krapte op de arbeidsmarkt de grootste bedreiging. Kijk je naar het aantal reacties op onze laatste vacature, dan valt dat echt tegen.”

Heleen: “Het is inderdaad moeilijk om nieuwe kandidaten binnen te halen en dan moet je ze ook nog zien te houden.”

Alfons: “We proberen wel altijd wat aan de sfeer te doen. Ook straks in Raalte. Een eitje bakken tijdens de lunch of een ijsje uitdelen als het warm is. Kleine dingen, maar wel belangrijk.”



BOUWPLANNEN?

Neem contact met ons op.

- Nieuwbouw
- Verbouw
- Renovatie
- Tuinhuizen en veranda's

Wij denken graag met u mee!

Bannink Bouw | Reuveldsweg 1a | 8131 SE Wijhe | info@banninkbouw.nl | www.banninkbouw.nl

COMPLEET VERZORGDE

VAKANTIE BORREL

KEUZE UIT DRIE OPTIES

1. BIJ U OP HET BEDRIJF
2. (ACTIEVE) VAKANTIEBORREL
OP SURPRISE LOCATIE
3. PAKKET TO GO
OM MEE TE GEVEN

VANDEPARTIJ.NL/BOUWVAK



Christijansman
Vitaliteitsprofessional

1-op-1 trajecten op locatie of online

Burn-out, chronische pijn of vermoeidheid op de werkvloer? Veel ondernemers krijgen ermee te maken. Ik help je er graag bij!

- Ben jij overal geweest en worden de klachten maar niet minder?
- Word je dusdanig beperkt dat je dreigt uit te vallen of misschien al thuis zit?
- Ben je op zoek naar een duurzame oplossing met concrete tips en handvatten?
- Wil jij weten hoe je vitaal door het leven kunt gaan ondanks de klachten?
- Wil jij kosteloos inzicht in hoe vitaal jij op dit moment bent?



Doe de
gratis vitaliteitstest



06 51 06 37 38 | info@christijansman.nl | www.christijansman.nl

Judith Elissen kiest met Virtual Support 100% voor het ondernemerschap

De reddingsboei voor social media marketing

Iedere ondernemer in Salland heeft wel eens zo'n helder moment. Dat je weet dat de tijd is aangebroken om het onvermijdelijke onder ogen te zien. Dat je beseft dat de mogelijkheden om je via social mediakanalen te profileren skyhigh zijn. Tegelijk zakt je de moed in de schoenen omdat je geen idee hebt hoe en waar je moet beginnen. Maar wanhoop niet, de redding is nabij. Judith Elissen werpt je graag de reddingsboei toe.

En dat doet ze tegenwoordig fulltime! In de tweeëneenhalf jaar van Judith Elissen Virtual Support is de klantenkring zodanig uitgebreid – met zowel vaste opdrachtgevers als incidentele klussen – dat ze met een gerust gevoel de stap naar 100% ondernemerschap durfde te zetten. "En dat voelt goed!", benadrukt ze enthousiast.

Judith richt zich vooral op zp'ers en mkb'ers die in ontwikkeling zijn en gebrek hebben aan tijd, inspiratie of kennis van social media marketing. "Het creatieve proces, dat vind ik het leukst aan mijn werk. Vormgeven en spelen met taal. Een blik kunnen werpen in al die verschillende bedrijven. Echt heel inspirerend

en leerzaam. Als dat in een vloeiende combinatie bij elkaar komt én er mooie doelen worden bereikt... Ja, daar geniet ik van!"

Ontzorgen en structuur

Het is misschien niet netjes om bij een dame over leeftijd te beginnen, maar we stippen het toch even aan. Is ze met haar 44 lentes niet al te oud om in deze flitsende, nieuwe wereld het voortouw te nemen? "Nee hoor", zegt ze lachend. "Leeftijd zegt niets. Het gaat er om of je er voor open staat en leergierig bent. Ik pluk juist de vruchten van het feit dat ik de digitale ontwikkeling heb meegemaakt. Remember Hyves? En vergeet niet dat LinkedIn al in 2002 is opgericht en Facebook in 2004."

Bovendien voegt de Raaltse nog twee belangrijke ingrediënten toe aan de succesformule van Judith Elissen Virtual Support. Namelijk een flinke portie levens- en werkervaring. Hierdoor kan ze zich goed verplaatsen in het DNA van de ondernemingen die ze helpt. "Ik onderscheid me door mijn flexibele en persoonlijke aanpak. Ik verdiep me eerst goed in de



ondernemer en het bedrijf. Wie ben je, waar sta je nu, waar wil je naartoe en hoe kan ik daarbij helpen?"

Daar rolt dan een plan van aanpak uit. Daarmee gaat ze aan de slag. Tussendoor kan de klant naar wens op- en afschalen in het aantal posts of platformen. En een tekst redigeren of presentatie, flyer of nieuwsbrief opmaken, doet ze ook met veel plezier. "Ik vind het belangrijk dat ondernemers zich op een prettige manier ontzorgd voelen. Dat ze meer structuur krijgen en mooie doelen kunnen bereiken. Daar werk ik graag aan mee." Geen enkel bedrijf is hetzelfde. Daarom biedt Judith Elissen Virtual Support handige abonnementsvormen aan. Vanaf één post per week op een social media platform (LinkedIn, Instagram of Facebook). "Uiteraard heel flexibel. Het abonnement is maandelijks opzegbaar."



Rabobank

‘Growing a better world together’

Duurzaam ondernemen is toekomstbestendig ondernemen

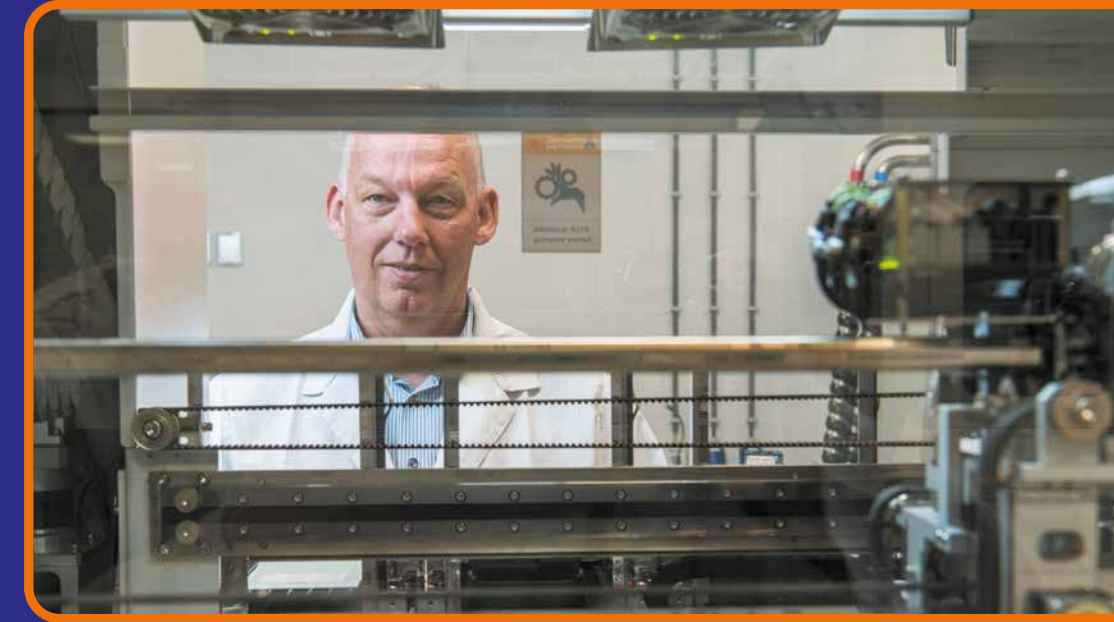
Dat je samen meer bereikt dan alleen, weten ze bij de Rabobank al heel lang. Het coöperatieve gedachtengoed zit immers in het DNA van de bank. Net als maatschappelijke betrokkenheid en werken aan een duurzame leefomgeving. Ondernemers die duurzaam (willen) ondernemen, kunnen dan ook rekenen op de kennis, faciliteiten en het netwerk van de bank.

Bron: ZON Magazine

Wie duurzaam onderneemt, houdt in zijn bedrijfsvoering rekening met medewerkers, milieu en maatschappij. Directeur coöperatieve Rabobank Klaas Feenstra voegt daar graag nog wat aan toe: ‘Duurzaam ondernemen is ook toekomstbestendig ondernemen.’ Daar horen, zegt Feenstra, grote transities bij naar een nieuwe economie. ‘Transities op het gebied van digitalisering, circulair produceren en de toepassing van duurzame energiebronnen.’ Om te ontdekken wat ondernemers in deze regio nodig hebben om toekomstbestendig te worden en hoe de bank daarbij kan helpen, stuurt Feenstra een team aan dat zich verbindt aan allerlei initiatieven, netwerken en ecosystemen. Ook kunnen ondernemers gebruikmaken van het uitgebreide netwerk van de bank en van de mogelijkheden op het gebied van kennisdeling en financiering.

Kennis delen

Binnen de kring Midden Oost Nederland, een gebied dat zich grofweg uitstrekt van Meppel tot Apeldoorn en van Lelystad tot Hardenberg, is Feenstra verantwoordelijk voor het thema duurzaam ondernemen. De kennis en ervaring die hij opdoet in deze regio en vanuit andere Rabobankkringen, neemt hij mee naar Regio Zwolle. ‘In Eindhoven werkt de Rabobank bijvoorbeeld nauw samen met een aantal grote landelijke innovatiefondsen die ook voor onze regio zijn opengesteld. Veel ondernemers profiteren daarvan, omdat de bank samen met zo’n fonds goed en snel tot financiering kan overgaan. Om de innovatiekracht in deze regio te versterken, trekken we op met de kring Twente en leggen we verbindingen tussen de kennis daar, bijvoorbeeld die van de universiteit, en de toepassing in deze regio. Door meer samen te werken en te leren van andere regio’s, versterken we de hubs in de regio hier. Overigens gebeuren hier ook veel mooie dingen. Denk aan Perron038 en het Health Innovation Park in Zwolle. In Hardenberg ben ik aangesteld als kwartiermaker voor de IQ BLVD, een innovatieve hotspot die samenwerking



binnen de maakindustrie in de regio Vechtdal stimuleert met nieuwe innovatieve projecten. Talenten moeten we met dit soort projecten behouden voor deze regio.’

Financieringsvormen

Ondernemers die duurzaam willen ondernemen, kunnen gebruikmaken van verschillende, mede door de Rabobank, ontwikkelde programma’s. Enkele voorbeelden zijn Circo Tracks, MoveDigi of CE in 1 Day, dat zich richt op circulaire kansen. De programma’s creëren bewustwording: waar ligt de behoefte van morgen en overmorgen? En hoe zorg je ervoor dat je daar klaar voor bent? Wie een nieuw businessmodel heeft ontwikkeld, kan bij de bank terecht voor financiering. De Rabobank werkt hiervoor vaak samen met andere partijen. Dat is niet voor niks. Het financieren van nieuwe businessmodellen en innovaties is risicovol. Het is vaak lastig inschatten hoe de markt reageert, of er voldoende afnemers zijn en of het bedrijf aan de aflossingsverplichting kan voldoen. Om ondernemers toch te kunnen helpen, onderzoekt de bank met partijen als Oost NL, Wadinko en de overheid hoe publieke gelden - subsidies en fondsen - en private gelden aan elkaar kunnen worden gekoppeld. Feenstra: ‘Bij Money Meets Ideas

ontmoeten kansrijke start-ups onze informal investors, private banking klanten van de Rabobank. En koplopers op het gebied van innovatie en circulariteit kunnen deel uitmaken van onze community. Daarin kunnen zij kennis uitwisselen en stimuleren wij ketensamenwerking.’ Hoewel vaak grootzakelijke ondernemingen koploper zijn op het gebied van duurzaam ondernemen, kunnen ook kleinere ondernemingen en innovaties van startups profiteren van programma’s van de bank, zoals Regio Zwolle Incubator, Rabo Innovatielening en Money Meets Ideas.

‘Growing a better world together’

‘De Rabobank heeft al een aantal jaren een missie’, besluit Feenstra, ‘Growing a better world together’. Door hier maatschappelijke thema’s aan te verbinden, waaronder duurzaam ondernemen, wordt dit heel concreet en kunnen we hier als bank echt een rol in spelen. We zijn samen verantwoordelijk voor de welvaart in de regio nu en in de toekomst.’ Wilt u ook bezig met ondernemen gericht op een betere toekomst en wilt u weten wat de Rabobank voor u kan betekenen? Neem dan contact op met Klaas Feenstra via klaas.feenstra@rabobank.nl.

Thije Bannink volgt zijn hart en is met eigen bedrijf weer actief als timmerman

Van ondernemend op kantoor naar starter vanaf de steiger

Het is wel even wennen. We kennen Thije Bannink vooral als de man van kantoor, de verkoper en de man die netjes en stijlvol gekleed door het leven gaat. Nu, thuis in het buitengebied van Broekland, treffen we hem in z'n werkkloffie. Met de sporen van gedane arbeid nog vers in het tenue. Het staat hem goed en dat is mede te danken aan het blijde gezicht boven de werkkleding. Blij, omdat hij loondienst en kantoor heeft ingeruild voor het eigen ondernemerschap en de steiger.

Wellicht denk je nu: Thije Bannink, dat is toch die man van Adende. En ook de man die op de nominatie stond om dat succesvolle bedrijf in de toekomst over te nemen. Klopt allemaal, maar hoe dichterbij het moment naderde, hoe meer de volbloed Broeklander begon te twijfelen. "Het bedrijf is door de jaren heen behoorlijk gegroeid. En daarmee voor mij ook de afstand tot de steiger. Adende is zonder enige twijfel een leuk bedrijf, maar het richt zich veel op retail en interieur, terwijl mijn hart

toch wel ligt bij het verbouwen van woningen en het bouwen van kapschuren en veranda's."

Het op eigen benen staan, lonkte dus al wat langer, maar dan in combinatie met zelf de handen uit de mouwen steken. "Ik heb nu wel een aardig arsenaal pantalons en jasjes in de kast hangen, maar goed, dat komt altijd wel van pas", lacht de kersverse ondernemer die ondanks zijn 31 jaar al een lange historie heeft op de bouwplaats. "Ik ben al op m'n vijftiende via een BBL-traject begonnen bij Van der Vondervoort in Broekland."

Via het plaatselijke bouwbedrijf ging hij naar BAJO in Mariënheem om uiteindelijk bij Adende terecht te komen. Het leek dus een gespreid bedje en toch koos hij voor een onzeker bestaan door z'n eigen onderneming Bannink Bouw op te richten. Denk niet dat het een gemakkelijke beslissing was. "Het heeft me wel wat slapeloze nachten gekost", bekent hij.

Natuurlijk had hij ook gewoon in loondienst kunnen gaan, want de banen in de bouw liggen gewoon voor het opscheppen. Lekker werken en geen zorgen. Maar, Bannink is eigenzinnig genoeg om het toch op zijn eigen manier te willen doen. "Natuurlijk kleven er risico's aan een eigen bouwbedrijf. Het belangrijkste is dat je zo snel mogelijk werk hebt, maar daar maak ik me totaal geen zorgen over. Door de jaren heen heb ik een aardig netwerk opgebouwd en via die relaties kreeg in de eerste maand al allerlei aanvragen. Ja, het is natuurlijk een rare periode met die corona, maar voor onze sector is het wel een goede tijd. En laat ik voorop stellen dat je geen ondernemer moet worden als je geen gokje durft te wagen."

Stip op de horizon

Mede door zijn werkervaring op kantoor is hij geen ondernemer die zich alleen richt op zijn vakmanschap. Hij durft het dus wel aan om een stip op de horizon te zetten. "Ik heb



SOM'S STARTER

De een heeft een diepgewortelde behoefte om op eigen benen te staan, terwijl de ander noodgedwongen voor zichzelf begint omdat hij/zij thuis is komen te zitten. De een heeft zich al jaren voorbereid op die belangrijke stap, een ander ziet ineens een gat in de markt en handelt in een opwelling. Kortom, starters zijn er in vele soorten en maten. SOM zoekt iedere editie een ondernemer op die recentelijk voor zichzelf is begonnen en dus van alles kan vertellen over de eerste mooie stapjes én valkuilen van het ondernemerschap. Voor deze editie trekken we naar het buitengebied van Broekland. Naar Thije Bannink van Bannink Bouw om precies te zijn.



mezelf zo'n anderhalf à twee jaar de tijd gegeven om een beslissing te nemen over het eventueel aannemen van personeel. Ik zie het wel voor me om door te groeien naar een schaal van 15 medewerkers. Daarmee behoud je nog de sfeer van een echt Broeklands familiebedrijf. Er is nu al voldoende werk om vier jongens aan te nemen, maar ik wil geen overhaaste dingen doen. Daarom werk ik nu samen met ZZP'ers uit mijn netwerk", aldus Bannink die zeker open staat voor opdrachten vanuit het bedrijfsleven. "In eerste instantie vooral verbouwingen, want ik ben nog te klein om complete woningen of bedrijfspanden te bouwen." Onze starter heeft goed nagedacht over wat de sterke punten van zijn bedrijf moeten zijn.

Logisch misschien, maar de nummer 1 is toch echt wel kwaliteit. "Goed werk verkoopt zichzelf. Je kunt er gewoon van uitgaan dat tijdens een verjaardag altijd wordt gesproken over een bouwproject. En dan wil je natuurlijk geen negatieve reclame."

Beleving van de bouw

Het tweede belangrijke kenmerk van Bannink Bouw is de grote mate van overleg. "Ik heb in het verleden genoeg gezien om te weten dat bij een gebrek aan afstemming gemakkelijk ergernis kan ontstaan. Ik hecht waarde aan goed en veel overleg en het is toch ook gewoon mooi om de klant mee te nemen in de beleving van de bouw?"

Net zo goed als hij weet wat de sterke punten van zijn bedrijf moeten zijn, weet hij ook waar hij zelf tekort schiet. Dat kunnen we het best omschrijven met een gebrek aan administratieve kennis. Niet te verwarren met het interpreteren van de cijfers, want daar is hij dan juist wel weer een meester in.

Gelukkig heeft hij met zijn echtgenote Gabriëlle (Gaby voor intimi) die administratieve kennis (letterlijk) in huis. "Tja, je kunt alles wel uitsteden, maar ik wil eigenlijk niet afhankelijk zijn van een ander als ik verlegen zit om bepaalde informatie. Nu krijg ik à la minute antwoord als ik vraag hoe het er voor staat en hoe bepaalde projecten financieel verlopen."



Lage rente: geen garantie voor de toekomst!

De rente is op dit moment nog steeds historisch laag, al lijkt het tij enigszins te keren nu de rente de afgelopen periode is gestegen. Een goed moment om dit nader te bespreken.

Oorzaak

De belangrijkste reden voor de huidige lage rente is de vergrijzing. De ouder wordende bevolking heeft veel geld ter beschikking. En als er veel geld wordt aangeboden, dan leidt dat tot lagere rentes.

Ook de centrale banken zijn een belangrijke oorzaak. Deze sleepten zich van de ene crisis naar de andere en verlaagden daarom hun rente en kochten op grote schaal obligaties op.

Verwachtingen

De verwachting is dat de vraag naar geld in komende maanden toeneemt en dat zorgt ervoor dat de rente stijgt. Overheden hadden al omvangrijke staatsschulden en die groeiden fors vanwege de financiële steun om de coronacrisis te overleven. De verwachting is ook dat veel bedrijven de komende maanden investeren om een inhaalslag te maken. De oplopende inflatie heeft ook een stijgend effect, die we bijvoorbeeld zien door een tekort aan computerchips en oplopende grondstofprijzen.

In het afgelopen half jaar is de rente al gestegen. De economen zijn het niet eens over hoe de rente zich verder ontwikkelt. Sommigen verwachten dat de stijging van de inflatie slechts tijdelijk is, anderen verwachten een licht stijgende rente. Een grote stijging van de rente met een paar procent verwacht eigenlijk niemand. Maar dit is uiteraard geen garantie voor de toekomst.

Is dit het moment?

Betaal je nu nog een hogere rente en twijfel je of het afsluiten van een nieuwe rente nu wel verstandig is? Helaas kunnen we je geen garantie geven dat dit daarvoor het moment is. We weten simpelweg niet hoe de rente zich ontwikkelt. De kans is wel klein dat de rente de komende tijd nog substantieel daalt. Het belangrijkste voordeel is dat je duidelijkheid krijgt over de hoogte van je hypotheeklasten voor een nieuwe, langere periode. Dit is dus geen garantie dat je de laagste rente in de komende jaren te pakken hebt, maar wel een garantie op een goede nachtrust.

Compleet in installaties



ASSINK WEUSTINK
DE PLUS IN ELEKTROTECHNIEK
0572 - 36 33 55

INSTALLATIE EXPERTS
HELEWEGE-BOUWMAAN
0572 - 36 28 74

www.assinkweustink.nl Raalte



Lees SOM online .nl

Stuur je zakelijke nieuwsberichten
naar info@somonline.nl

Ben jij ons volgende covermodel?

Informeer naar de mogelijkheden
bij Martijn Jansman!

SALLANDS
ONDERNEMERS
magazine

Nathalie Beck

Missionaris op het gebied van mondverzorging

SOM's In de Spotlight: Ton Kolman geeft masterclass in gastvrijheid en ondernemerschap

SOM's Passie: Fred van den Driessche brengt zichzelf graag naar hogere sferen

SOM's Gemene Deler: Sallandse professionals laten hun licht schijnen over de kansen en bedreigingen op de arbeidsmarkt

Juni 2021 | Jaargang 5 editie 2

SALLANDS
ONDERNEMERS
magazine

Myrza en Bart van Manpower

"Talent is het goud voor ieder bedrijf"

SOM's In de Spotlight: De gebroeders Zuidema, thuis in theater en kettingsmeer

SOM's Passie: Rick Kalkenberg staat in vuur en vlam voor zijn werk bij de brandweer

SOM's Succesfactor: Gastouderbureau 4Kids, van lokaal initiatief naar landelijke nummer 2

Maart 2021 | Jaargang 5 editie 1

SALLANDS
ONDERNEMERS
magazine

Maurice Tijs

Sallandse maestro van slimme algoritmes

SOM's In de Spotlight: Marco Aarnink, van marktkoopman tot printkoning

SOM's Passie: Jan van Heun en de fiets, het is al jaren een gelukkig huwelijk

SOM's Succesfactor: Nijl Aircraft Docking kijkt verder dan de neus van het vliegtuig

December 2020 | Jaargang 4 editie 4



“Met een mooi schoon bedrijf geef je het eerste visitekaartje af”

5 vragen aan ...

Freddie Ruiterkamp van WR Schoonmaak

Ken je het gevoel nadat je jouw woning een grondige schoonmaakbeurt hebt gegeven? Dat je het liefst iedereen in de buurt uitnodigt om het resultaat te komen bekijken. Dat gevoel van voldoening en trots? Vast wel! We kunnen ons er alles bij voorstellen dat het voor ondernemers niet anders is. “Met een mooi schoon bedrijf geef je het eerste visitekaartje af”, bevestigt Freddie Ruiterkamp van WR schoonmaak specialisten. Nu nog gevestigd in Deventer maar vanaf volgend jaar actief vanuit een prachtig nieuwbouwpand in Wesepe.

Het geschetste beeld is natuurlijk mooi in theorie, maar Ruiterkamp ziet elke dag om zich heen dat de praktijk weerbarstig is. Dat dus niet iedere onderneming voldoende aandacht besteedt aan de schoonmaak. Binnen valt ‘de schade’ vaak nog wel mee, maar aan de buitenzijde is over het algemeen nog veel verbetering mogelijk. “Dat is vaak wel een sluitpost in de begroting. Gaat het economisch wat slechter, dan is het één van de eerste posten waarin wordt gesneden. Dat beeld is heel herkenbaar vanuit de laatste economische recessie.”

We kunnen gerust stellen dat we nu ook enigszins met een crisis te maken hebben. Is het al in kaart te brengen wat voor jullie het gevolg is van de coronapandemie?

“Voor onze sector geldt zeker dat we rekening moeten houden met krimp. De voorspellingen voor volgend jaar gaan in de richting van tien tot vijftien procent. Deels wordt dat veroorzaakt door bezuinigingen als gevolg van corona, maar het thuiswerken heeft natuurlijk ook een vlucht genomen. De keuzes zijn begrijpelijk, maar ook wel weer een beetje vreemd als je kijkt naar het belang van hygiëne op de werkvloer...”

Kun je dan misschien aangeven wat de ondergrens is voor schoonmaak bij bedrijven?

“Heb je het over glasbewassing, dan adviseren wij vier keer per jaar, maar het minimum is toch echt wel twee keer. En dan is het verstandig om het houtwerk, de boeien en kozijnen ook mee te nemen. Dat is gewoon beter als je het behoud van het pand voor ogen hebt.”

Jullie noemen jezelf schoonmaak specialisten. Wat betekent dat precies?

“Bij de start van mijn bedrijf heb ik de specialistische schoonmaak overgenomen van mijn vorige werkgever. Wij richten ons in

de hoofdzaak op glasbewassing, maar doen ook moeilijkere klussen als vloeronderhoud, gevelreiniging, bouwoplevering, ontruimingen en de schoonmaak achteraf en de schoonmaak van zonnepanelen. De reguliere schoonmaak is dan al geregeld en wij worden ingevlogen voor alles wat hoog, moeilijk en lastig bereikbaar is. Dat gaat prima samen. Het versterkt elkaar juist!

Tegenwoordig tel je als bedrijf pas echt mee als je iets doet op het gebied van duurzaamheid. Hoe zit dat bij jullie?

“Nou, bij de schoonmaak van keukens, badkamers en kleedkamers voor bijvoorbeeld woningcorporaties, sportaccommodaties en scholen maken we gebruik van stoomreiniging. Wij hebben ook twee hogedruktrailers met kokend heet watertechniek. Daardoor hoeven we minder beroep te doen op chemische middelen. Waar we niet ontkomen aan het gebruik van chemicaliën, is bijvoorbeeld het verwijderen van graffiti. Dan gaan we daar uiteraard zo verantwoordelijk mogelijk mee om.”

Je hebt inmiddels zo’n 25 medewerkers op de loondienst staan. Het zal ook niet heel moeilijk zijn om aan personeel te komen, want iedereen kan toch schoonmaken?

“Vergis je niet! Een glazenwasser heeft een jaar tot anderhalf jaar nodig om het vak onder de knie te krijgen en te weten met welke materialen je werkt. Onze medewerkers werken veel op hoogte en mede daarom vinden we het een voorwaarde dat alle medewerkers VCA-gecertificeerd zijn. Schoonmaken is een vak. Om dat vak professioneel uit te kunnen oefenen, is een goede opleiding belangrijk. Aangezien het lastig is om aan ervaren schoonmakers te komen, is het opleiden essentieel. Niet voor niets zijn we samen met werkleerbedrijf ConnecteD in Deventer een traject gestart om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt op te leiden.”



Wijhe is uitvalsbasis voor snelle groeier in innovatieve mondverzorgingsproducten

Bluem en de verantwoorde obsessie voor gezondheid en gezond leven

SOM'S SUCCESFACTOR

De ene onderneming blijft worstelen om het hoofd boven water te houden, de andere lijkt alles wat het aanraakt in goud te kunnen veranderen. Is het goed ondernemerschap, is het geluk of is het een kwestie van wachten tot de juiste kans voorbij komt? Of is het een combinatie van factoren? Het Sallands Ondernemers Magazine wil het naadje van de kous weten. Oftewel, wat is de SOM's Succesfactor? Voor deze editie voelen we Nathalie Beck van Bluem aan de tand.



“Het leven is een wonder en je moet er het maximale uithalen.” Het is één van de gevleugelde uitspraken van Nathalie Beck, directeur van Bluem (spreek uit: bloe m) uit Wijhe. En misschien kunnen we zelfs zover gaan dat ze het tot haar levensmotto heeft uitgeroepen. Zowel voor haar persoonlijk als voor de onderneming waar ze aan het roer staat. Lees hier het succesverhaal van een bedrijf dat met innovatieve mondverzorgingsproducten de wereld verovert.

Aan de buitenkant van het bescheiden pand aan de Enkweg in Wijhe zie je niet af dat Bluem inmiddels al in zestig (!) landen actief is. Dat het tot één van de zevenhonderd snelst groeiende bedrijven van ons land mag worden gerekend. Dat het diverse prijzen voor Product van het Jaar in de wacht heeft gesleept en de FD Gazelle Award in de vensterbank heeft staan. Geconfronteerd met deze tegenstelling kan Nathalie een glimlach niet onderdrukken. “We zijn heel nederig. In alles.” Toch kent die nederigheid letterlijk ook zijn grens, want het bedrijf groeit uit z’n jasje. De ambitie is duidelijk. De locatie voor de productie (Kampen) blijft gewoon voortbestaan, maar voor magazijn en kantoor wordt een nieuwe locatie gezocht. Bij voorkeur in de buurt van de IJssel, maar in ieder geval Salland. “Het moet wel echt iets bijzonders worden. Een soort

inspiratieruimte in de natuur. Een grote hal met veel mogelijkheden voor opslag en van die leuke barakken als werkplek. Ik zie het ook wel voor me dat er gelegenheid is om te sporten. Padel (een tennisvariant, rb) bijvoorbeeld. Zodat we naast het werk ook lekker kunnen bewegen. Het kantoor moet een plek zijn waar je graag naar toe gaat en waar je energie van krijgt”, aldus de medeoprichter die dus bij voorkeur de stap zet naar nieuwbouw. “En het liefst zo snel mogelijk, want het moet in het derde kwartaal van 2022 klaar zijn voor gebruik.” Wellicht denk je op basis van de tekst tot nu toe dat het team van Bluem alleen bestaat uit wereldverbeteraars en gezondheidsgoeroes. Voor een klein deel klopt het beeld, maar denk vooral niet dat ze alleen maar rondlopen op teenslippers en de werkdag vullen met het zingen van mantra’s. “We zijn geen club van rare

idealisten”, benadrukt onze gesprekspartner nog maar eens. “We verdienen gewoon geld. Althans”, nuanceert ze, “we investeren de opbrengst in onze missie om de gezondheid en het welzijn van nog meer mensen wereldwijd te verhogen.

Eyeopener

Goed, we zijn op het moment aanbeland om de oorsprong van Bluem te verklaren. En daarmee kunnen we meteen ook de verantwoorde obsessie voor gezondheid en gezond leven van Nathalie Beck en haar echtgenoot, mede-eigenaar en oud-hockeyinternational Fokke Jan Middendorp, onder het vergrootglas leggen. “Het begon dertien jaar geleden toen mijn vader overleed. Hij was slechts 59 jaar, maar de artsen zeiden dat hij het lichaam had van iemand van 80. Ergens is hij twintig jaar

van z'n leven kwijt geraakt als gevolg van een ongezonde levensstijl. Dat was voor mij – ik was toen zwanger van ons eerste kind – een echte eyeopener. Ook ik leefde niet bepaald gezond. Deed niet veel aan sport, kende veel werkstress en een flesje wijn was een heerlijk middel om even te ontspannen. Maar, ik ben me toen bewust geworden van het fenomeen gezondheid. En dat ik alles uit het leven wilde halen!”

Dat gaat best ver als je het hebt over tandverzorging...

“Helemaal niet. Het is juist de basis. De sleutel naar totale gezondheid ligt in je mond. Je poetst niet voor de tandarts, je poetst voor jezelf.”

Dat moet je toch even uitleggen

“In de mond komen drie belangrijke systemen samen. Het zenuwstelsel, de ademhaling waarmee je slechte bacteriën naar binnen trekt en het spijsverteringssysteem. Je weet ongetwijfeld dat alle gevaarlijke systeemziekten in de darmen beginnen. En die darmen kunnen pas hun werk doen als het speeksel goed is en als je goed kauwt. Dus...”

Het is inmiddels gesneden koek voor haar, maar alles kwam bij elkaar na een toevallige ontmoeting met kaakchirurg Peter Blijdorp, een man met zowel een tandheelkundige als een geneeskundige achtergrond. Hij werkte in zijn praktijk al met wonderbaarlijke mondverzorgingsproducten op basis van zuurstof. “Peter wilde dat patiënten zo snel mogelijk herstelden met zo min mogelijk pijn. Lichaamsvriendelijke behandelingen. Hij ontdekte dat zuurstof fantastisch werkte voor de genezing van wonden. Jouw eigen lichaam functioneert prachtig, maar heeft soms even een prikkel nodig om z'n werk weer te doen. En dat is de functie van zuurstof.”

Ok, het succes wordt voor een groot deel bepaald door mondverzorging op basis van zuurstof. We hebben zuurstof nodig om te ademen en in leven te blijven, maar hoe werkt dat met tandpasta?

“Ons geheim is dat we enzymen van biologische honing gebruiken. Op het moment dat het in contact komt met speeksel, ontstaat



een biologisch proces en wordt langzaam zuurstof afgegeven. Dat dit langzaam gaat, daarin schuilt de kracht. Als je normaal gesproken ergens zuurstof in verwerkt, is het weg. Dat vervliegt! De enige bijwerking van ons product is dat je er witte tanden van krijgt. Nou ja, dat is mooi meegenomen. Toch?” Terug naar de basis. En het lichaam weer in z'n kracht zetten. Dat zijn de uitgangspunten van de missie van Peter Blijdorp. Hij gebruikte het echter alleen in zijn eigen praktijk. Met zijn zoon Johan zijn Fokke Jan en Nathalie vervolgens in het ondernemersavontuur gestapt. “We zagen een gat in de markt. In de wereld van de tandheelkunde en mondverzorging waren geen vergelijkbare producten. Het draait alleen om grote volumes zonder dat ze heel effectief zijn. Het beschadigt meer dan dat het helpt.”

De taak van jullie was om er een commercieel succes van te maken?

“Om er een merk van te maken. Het was een merkloos goedje. Met onze commerciële- en marketingachtergrond hebben wij er smaak en kleur aan toegevoegd, de naam bedacht en de

verpakking ontwikkeld. Het was heel bijzonder dat hij direct zo'n groot vertrouwen in ons had. Nee, hij heeft nooit verteld waarom. Het moet een gevoelskwestie zijn geweest. Ook als geneeskundige ging hij al heel erg op z'n gevoel af.”

Maar toch wel zaken afgekaart en contracten opgesteld?

Nee, helemaal niet. We zijn gewoon samen het avontuur aangegaan. Dat past ons alle vier goed. Samen delen en samen bouwen. Dat zie je nog steeds terug in onze bedrijfscultuur. Bovenaan staat het dienen van de mens met al dan niet een mondprobleem. We helpen om zijn of haar gezondheid te verbeteren en beter in het leven te staan.”

Wat is de eerste stap die jullie hebben gezet toen je besloot met elkaar in zee te gaan?

“We hebben ons helemaal gestort op de kwaliteit van het product om daarmee de dentale professionals te overtuigen. En knetterhard gewerkt om het assortiment uit te bouwen. Van één product zijn we gegroeid naar vijftien producten.”

Denk niet dat alles van een leien dakje ging. Flessen die uitzetten of juist vacuüm trokken. Verandering in de wetgeving waardoor de receptuur moest worden aangepast. Grondstoffen die niet meer voorhanden waren. Ze hebben best veel meegemaakt. “Ondernemen is leuk en uitdagend om te doen, maar het is zeker geen sprookje.” Het harde en later vooral ook strategische werken betaalde zich wel uit. “In 2010 stonden we voor het eerst op een dentale beurs in Duitsland en dan droom je ervan om met die grote implantatenfirma's aan tafel te zitten. Nu bellen ze ons omdat we een gerenommeerde partij zijn geworden.”

Door het succes van Bluem komt het moment om keuzes te maken wel dichterbij. Keuzes in wat wel of wat niet te doen, keuzes in hoe iets te doen en misschien zelfs met wie wat te doen. “Het mooist is als we samen met een grote speler de hele dentale wereld gaan bedienen.” Dat geeft dan ook eindelijk ruimte om het vizier meer op de consument te richten. Noodzakelijk, want als het coronajaar 2020 één ding duidelijk aan het licht bracht, dan was het dat Bluem te afhankelijk is van de dentale wereld. “Toen de praktijken dicht gingen, kregen wij een enorme opdonder

in de omzet.” Tot nu toe bleek het lastig om de 'premium mondverzorging' uit de sfeer van het laboratorium en in de huiskamer te brengen, maar daar gaat verandering in komen. “We zijn druk bezig om een nieuwe merkbeleving te creëren. Tien jaar lang waren we bezig met het voorkomen en behandelen van mondproblemen. Maar nu gaan we mensen rechtstreeks benaderen en preventief helpen. Bluem moet uit de hoek van de gebruiksartikelen komen, want daar draait het vooral om voordeelacties. We willen uitgroeien tot een lifestyle brand. Wil jij het maximale uit jouw leven halen, dan kies jij dus voor een gezonde lifestyle. Dus, we hebben allerlei producten ontwikkeld die je buiten de deur kunt gebruiken om nog frequenter met mondgezondheid bezig te zijn. Ook willen we het leuker maken. Daar hebben we nu een waanzinnig innovatief idee voor en dat wordt binnenkort gelanceerd. Het gaat er voor zorgen dat het poetsen leuker wordt en dat je er langer en bewuster mee bezig bent.”

Het grote nadeel van consumentenmarketing is alleen dat het hartstikke duur is. Of? “We zien wel iets in lifestyle partnerships. En ik zie ons ook nog wel wat doen met een grote influencer om echt het verschil te kunnen maken bij jongeren. Er zijn gewoon 530

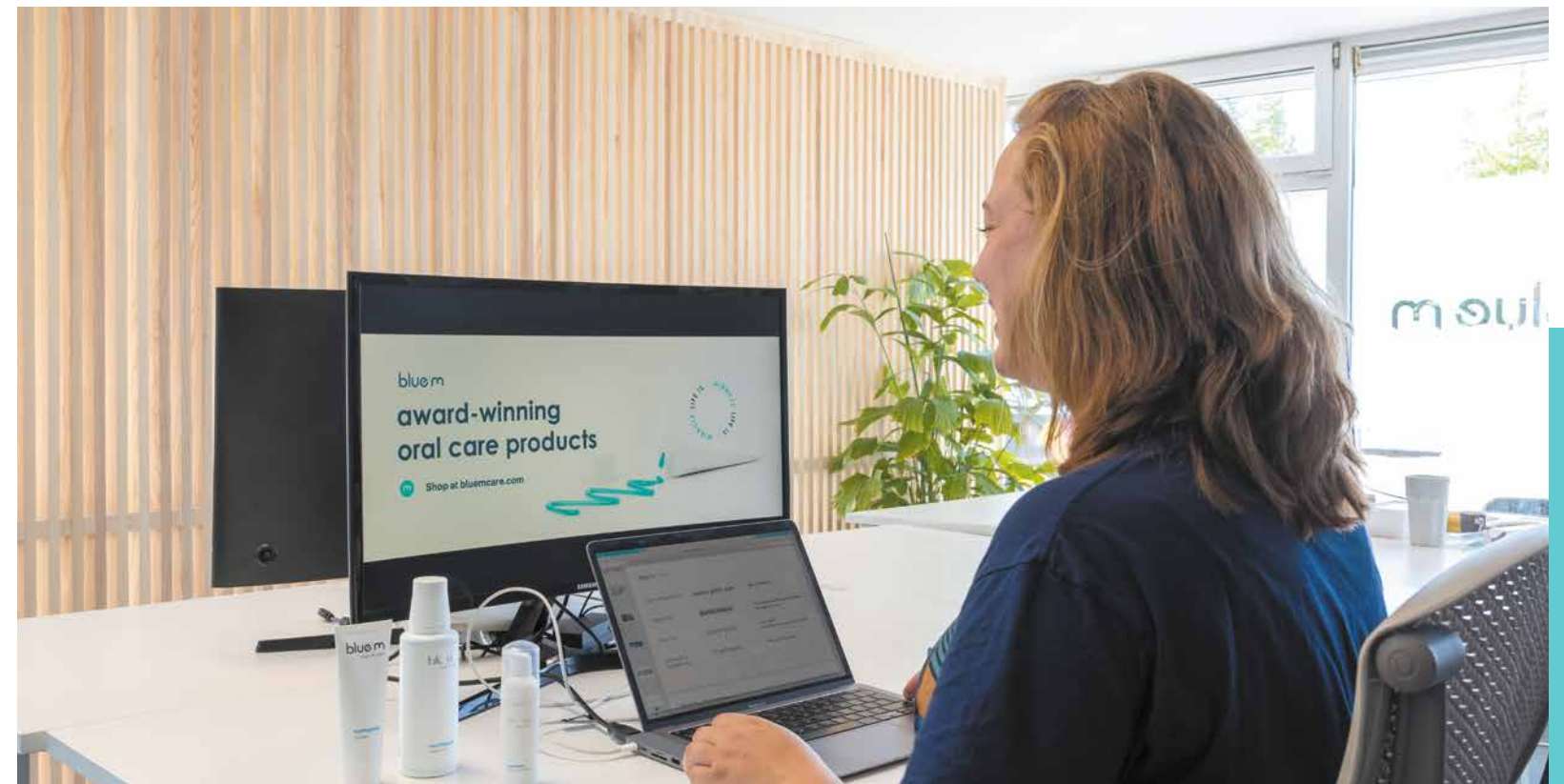
miljoen kinderen met cariës op de wereld. Ik vind dat heel veel.”

Nog even terug naar omzet en groei. Hoe staat het er voor en wat is het vooruitzicht?

“We zijn nu echt bezig met exponentiële groei. Nu de basis van al die tandartsen en patiënten er ligt, is het een kwestie van de grote massa aanspreken waarbij we echt wel willen doorgroeien naar een jaaromzet van 100 miljoen euro. Met een soort hinkstapsprong. De eerste challenge is om van de huidige twee miljoen te groeien naar tien miljoen. In principe in drie tot vijf jaar, maar het kan snel gaan als blijkt dat de nieuwe merkbeleving aanslaat.”

Tot slot, we hebben meerdere elementen gehoord die het succes van Bluem bepalen. Maar wat is in jouw ogen dé succesfactor?

“Dat is echt ons doorzettingsvermogen. In het mentale en fysieke aspect. Daarom zorgen Fokke Jan en ik ook extreem goed voor onszelf. We hebben zo'n ochtendritueel, staan om 5.00 uur op, doen veel aan mediteren, ademhalingsoefeningen en ik neem een ijsbad. Dat is allemaal nodig om je energie goed te houden, om door te kunnen gaan. Want het vraagt wel wat je, dat ondernemen. Zeker als je de wereld gaat veranderen.”



NIEUWSFLITS

Op deze pagina vind je een selectie van economisch nieuws uit het verspreidingsgebied van SOM. Dit nieuws hebben we verzameld uit de regionale nieuwssites en bladen

25 maart 2021 t/m 25 juni 2021

Datum	Nieuws
25 maart	De Buurman VersLokaal opent een twee vestiging aan de Vispoortenplas 4 in Zwolle.
26 maart	Hulsman Bouwplus heeft zijn intrek genomen in een nieuw bedrijfspand aan de Handelsweg 28 in Lemelerveld.
29 maart	Aarnink Kunststof Ramenfabriek uit Deventer is verhuisd naar een nieuw pand aan de Paderbornstraat 2 in Deventer.
1 april	Johnny Boxebeld lanceert zijn nieuwe bedrijf Boxebeld BouwAdvies en vestigt zich aan de Handelsweg 10b in Lemelerveld.
6 april	T&F verhuist van Weerdhuisweg naar de Lemelerveldseweg 69 in Lemelerveld.
14 april	SealEco BV zet de schop in de grond en start met de bouw van een nieuw pand aan de Handelsweg 45 in Lemelerveld.
30 april	Christian Snoek neemt Karba over van Jos Kwak en wijzigt naam in Kartcentrum Zwolle.
1 mei	BData ICT Solutions verhuist van Eefde naar een pand aan de Hannoverstraat 3 in Deventer.
10 mei	WEGMETDYSLEXIE vestigt zich in Heino in het bedrijfsverzamelgebouw PAAL5.
14 mei	Chris Assies uit Heino start zijn eigen lekdetectie- en loodgietersbedrijf.
25 mei	JRV Products uit Heino zet handtekening onder koopcontract en gaat een nieuw pand bouwen op de Zegge VII in Raalte.
26 mei	Sportstudio Raalte van Joost te Wierik start op 1 september een nieuwe vestiging in Sportcentrum Tijenraan in Raalte. Joost heeft al een sportschool in Deventer.
27 mei	ROG Vistraiteur heeft vanaf 1 juli een nieuwe eigenaar. Rob Timmer en Hein Spijkerman hebben de zaak overgenomen van Karel en Ingrid Rog die na 34 jaar gaan stoppen.



Sjaak Daggenvoorde wijst wethouder Wagenmans waar zijn nieuwe bedrijfspand moet komen.

Datum	Nieuws
29 mei	Simons Heeten stopt na ruim 125 jaar met de winkel. Gerard en Willemien Simons, die de winkel ruim 40 jaar hebben gerund, gaan nu genieten van hun welverdiende pensioen.
31 mei	Euromaster Raalte bestaat 50 jaar en viert dit op gepaste wijze met klanten en relaties.
1 juni	Ria Willemse start Bureau Badwater. Bureau Badwater schrijft, denkt mee en helpt organisaties met communicatie.
1 juni	Niek Hemmink is de nieuwe eigenaar van Technisch Handelsbedrijf ReDIT in Luttenberg. Hij neemt het stokje over van Frans Reuvekamp. ReDIT verhuist in juni tevens naar een ander pand gelegen aan de Witte Hekka 1a in Luttenberg.
1 juni	Praktijk Kinderfysiotherapie Raalte opent nieuwe vestiging in Heino aan de Paalweg 5.
2 juni	Onze huisdrukker Veldhuis Media kondigt het vertrek aan naar de gemeente Meppel. De verhuizing staat gepland voor begin 2022.
2 juni	De 15-jarige D'jo Hollewand uit Wijhe schrijft zich in bij de KVK en start met D'jo's IJzz. Vanuit een ijscokar bij de veerpont in Wijhe verkoopt hij allerlei soorten ijs en frisdrank.
3 juni	Koningin Máxima brengt een werkbezoek aan de melkveehouderij van de familie Ten Have in Lettele
4 juni	Slagerij en cateringbedrijf Food2taste gaat van start in Wijhe
5 juni	Historisch Hout lanceert Houtwinkel Salland in Nieuw Heeten
9 juni	Binnenbrand in de fabriek van Bouwhuis Enthoven in Raalte. In een drogerij en in een technische ruimte van de eierverwerker sloegen de vlammen om zich heen.
9 juni	The Dublin House opent de deuren in het voormalige pand van Sally O'Briens in Zwolle.
9 juni	Daggenvoorde Keuken & Interieur bouwt nieuw pand op een kavel van ruim 2.600 m2 op De Zegge VII in Raalte.
10 juni	Bennie Nijboer uit Wijthmen heeft het pand aan de Zwolseweg 79a in Heino gekocht en is al maanden bezig om het pand aan de buitenkant te verbouwen. De bedoeling is dat zich hier een restaurant gaat vestigen.
10 juni	Nefit heeft besloten om in Deventer te stoppen met de productie van gasketels. In Deventer wil Nefit zich meer focussen op onderzoek. Ook komt er een testcentrum voor waterstoftoepassingen.
11 juni	Parkmanagement 't Lochter uit Nijverdal heeft onlangs de stagesite www.stageinoverijssel.nl in een nieuw jasje gestoken.
16 juni	Enorme uitslaande brand bij recyclingbedrijf Prezero op bedrijventerrein Hessenpoort in Zwolle. De dikke zwarte rookwolken zorgen voor veel vertraging in het verkeer.
25 juni	Stacon Plaatbewerking B.V. neemt zijn intrek in een nieuw pand aan de rollercate 75 in Nieuwleusen.



Zijn we leuk genoeg?

Zijn we wel leuk genoeg? En zijn we wel aantrekkelijk genoeg?

De directeur van een grote transportonderneming zei ooit eens tegen mij: “Ik neem geen commerciële verkopers in dienst, want het zijn mijn eigen chauffeurs die elke dag opnieuw mijn bedrijf verkopen.”

Dat is toch wat je wilt als ondernemer: een positief en leuk werkgeversimago? Want alleen op deze manier trek je talentvolle sollicitanten en gemotiveerde werknemers aan.

Maar wat is dat dan: Employer branding c.q. werkgeversmerk? Employer branding (EP) is het proces van het promoten van de organisatie als een voorkeurswerkgever bij een specifieke doelgroep (potentiële) medewerkers. Het gaat dan over het imago, de reputatie als werkgever. Oftewel, het werkgeversmerk. Het wordt steeds belangrijker dat niet alleen jij jouw werkgeversmerk promoot; het is ook essentieel wat jouw werknemers en potentiële talenten over jou denken en zeggen. Ik geef je een aantal tips waarmee je rekening kunt houden:

1) Probeer met je bedrijf authentiek en onderscheidend te zijn om de juiste talenten in je bedrijf te halen en ze te behouden. Het zijn je eigen medewerkers die een belangrijke rol spelen in het uitbouwen van een sterke EP-brand;

2) Geef een zo eerlijk, echt mogelijk beeld van jou als werkgever. Hoe jouw bedrijf werkelijk is en niet hoe je zou willen dat het was. Alleen oprechte communicatie dat een reëel beeld geeft, is geloofwaardig en onderscheidend;

3) Maak van tevreden medewerkers ook betrokken medewerkers: de eerste doet zijn job graag en voelt zich daar goed bij. Een betrokken medewerker gaat nog een stap verder en zet sterke prestaties neer die de bedrijfsresultaten beter maken;

4) Wil je jouw EP naar een hoger niveau tillen? Maak dan zoveel mogelijk gebruik van vacaturewebsites, wervingsadvertenties, aanwezigheid op social media, blogs, een eigen 'Werken bij...' pagina, recruitmentsite, seminars, etc.;

5) Het gedrag van de werkzoekende verandert. De manier waarop ze naar vacatures kijken, de extra informatie die ze over het bedrijf willen hebben, de bedrijfscultuur, de sfeer, etc.... Ben je als bedrijf nauwelijks of niet aanwezig op sociale media, dan kan dit een reden zijn voor de sollicitant om af te haken.

Fred van den Driessche zweeft al 36 jaar door het Sallandse luchtruim

Van 0 naar 100 in 2,2 seconden: dat is sneller dan een optrekkende Ferrari



SOM'S PASSIE

Niets ten nadele van mensen die in loondienst arbeid verrichten, maar ondernemers staan bekend als hardwerkende mensen. Een 36-jarige werkweek, daar lachen ze om. 40 Uur is standaard en meestal wordt het wel 50 of 60 uur. Of zelfs nog meer. En klagen, dat doen ze amper. De grote vraag is natuurlijk ontrafelen we iedere editie het geheim van de smid: hoe maakt de ondernemer in zijn of haar spaarzame vrije tijd het hoofd leeg? Fred van den Driessche, eigenaar van YourPress Media in Raalte brengt zichzelf graag naar hogere (atmo)sferen.

Ze zeggen wel eens dat je nooit een tweede kans krijgt voor een eerste indruk. Het is een regel die in de basis wel klopt. Of het nu gaat om het zakenleven of de kennismaking met je toekomstige levenspartner. Gelukkig zijn er wel momenten dat je op een andere locatie een soort van tweede kans in de schoot krijgt geworpen. Dat geldt in ieder geval voor de scribent van dit artikel die zijn hoogtevrees mag overwinnen door in z'n eigen regio in een zweefvliegtuig te stappen.

"Je gaat het gewoon doen! Je gaat jezelf niet weer terugtrekken. Je gaat het gewoon doen." Ik herhaal het meerdere keren in mezelf om de rust terug te krijgen als ik word 'ingesnoerd'. Want, als eenmaal dat moment is gekomen dat je van toeschouwer uitgroeit tot passagier is er toch wel sprake van enige spanning. Voor de zekerheid kijk ik nog even of er een plastic zakje in de buurt is om eventuele vrijkomende maagsappen op te vangen. Check! "Nou, viel het mee?", vraagt piloot Fred van den Driessche met een glimlach als we met een lier in no-time naar 400 meter hoogte zijn geschoten en inmiddels stabiel verder zweven. Het eerlijke antwoord is dat de start best wel een dingetje is. Het hart zit even in je keel, maar eenmaal op hoogte is het gewoon genieten van het uitzicht. Helaas is het enigszins bewolkt, maar de contouren van sommige iconische Sallandse bouwwerken en landschapselementen zijn desondanks duidelijk herkenbaar. Onze gastheer van vandaag ziet het schouwspel in de lucht al voor het 36ste(!) jaar voorbij komen en blijft ervan genieten. "Ik zweer het je, het gaat echt nooit vervelen. Ook al pak je elke keer dezelfde vlucht, je ziet telkens iets anders. Ik kan dit echt mijn hele leven blijven doen."

Individuele teamsport

Het was de grootste wens van zijn vader om ooit te vliegen, dus toen de ANWB een cursus aanbood, hapte hij meteen toe. Ook de jonge Fred zag z'n kans schoon, ging mee en was gelijk verkocht. Op z'n eenentwintigste bestuurdde hij voor het eerst



een zweefvliegtuig. "Wat het zo mooi maakt? Het gevoel van vrijheid. Zo vrij als een vogel. Het onaantastbare, dat heeft me nooit meer losgelaten." Het is een jongensdroom die niet ophoudt. Ook nu Van den Driessche inmiddels als zelfstandig ondernemer door het leven gaat. Nadat hij als te oud werd beschouwd voor, maar nog lang niet klaar was met de grafische industrie, bundelde hij dertig jaar ervaring in YourPress Media. Inmiddels is hij samen met een collega op twee locaties, Raalte en Vorden, actief in vormgeving, drukwerkbegeleiding en het maken van websites. Een hectisch bestaan dat hij waar mogelijk even onderbreekt door te gaan zweefvliegen. Het werkt zelfs bijna therapeutisch. "Je moet je echt focussen op het vliegen en dan kun je het werk heel goed loslaten."

Voor hem en de meeste leden van Aero Club Salland staat het zweefvliegen natuurlijk voorop, maar het is meer dan alleen de strijd met de elementen en de controle over 'de kist' zoals men het vliegtuig pleegt te noemen. "In de loop der jaren bouw je echt een band op met gelijkgestemden. Ik durf te stellen dat een groot deel van mijn sociale leven zich hier

afspeelt. Je hebt elkaar nodig hebt om naar boven te komen. Ik noem het zweefvliegen dan ook altijd een individuele teamsport."

Applaudiseren

Het gesprek doen we voorafgaand aan mijn luchtdoop. Dat is maar goed ook, want waarschijnlijk was ik gewoon vergeten te schrijven. Je blijft om je heen kijken. Turend over de Sallands lappendeken of je iets kunt herkennen. Een prachtige ervaring op pakweg tien kilometer van kantoor dat we helaas niet van boven kunnen bekijken. Ook het uitzicht op de Lemelerberg, één van de mooie stukjes natuur in deze omgeving, blijft helaas beperkt. En dan is het na een kwartier tijd om het 'rondje om de kerk', zoals het op de club geksherend wordt genoemd, te beëindigen met een zachte landing waar de piloten van de prijsvechters nog een puntje aan kunnen zuigen. Ik kan de neiging om te applaudisseren gelukkig onderdrukken. Alsof Van den Driessche mijn gedachten kan lezen: "Wil je als kind de vliegerij in, dan is zweefvliegen een hele goede basis. De besturing op basis van de elementen, dat is het fundament van het vliegen."



Kom genieten van de bijzondere ambiance én de Zuid-Afrikaanse braai

Laat je zorgen achter op Buitenplaats Den Alerdinck

Elke dag een beetje beter en mooier kleuren. Dat is het devies van eigenaar Wouter Koning van Buitenplaats Den Alerdinck. We zitten op één van de nieuwe bankjes die recentelijk langs de wandelroute rond het landgoed zijn geplaatst. Hij laat de tekst zien die hij op de bankjes heeft gezet: "Welkom namens de familie Koning. Geniet van het uitzicht op ons land en woning. Laat uw zorgen achter tussen mos en tak, en breng uw afval naar de prullenbak". "Heb je een betere tekst, dan hoor ik het graag, want er is nog meer ruimte beschikbaar", zegt hij met een glimlach.

"Ik ben liever gastheer dan kasteelheer", geeft Koning toe. Het bezit van de buitenplaats dient ook de publieke zaak. Het onderhoud van de historische gebouwen, de aanleg van wandelpaden, het inzaaien van veldbloemen, maar ook het verbinden van mensen. Een landgoed moet leven en

gasten brengen leven op het landgoed. Puur behoud van wat er al is, is onvoldoende om toekomstbestendig te zijn. Den Alerdinck heeft een traditie in gastvrijheid. Tijdens het hoogtepunt van de Koude Oorlog werden hier al conferenties georganiseerd om mensen uit Oost en West bij elkaar

te brengen. Goed gastheerschap is het samenbrengen van mensen met een schijnbare tegenstelling. De atmosfeer, die de buitenplaats biedt, is daarvoor uniek."

Zuid-Afrikaanse braai

"Dit jaar hebben we geïnvesteerd in de verfraaiing van onze boomgaard", vervolgt Koning. "We hebben stoere houten tuintafels en vuurplaatsen laten ontwerpen om optimaal gebruik te maken van alles dat onze lommerrijke boomgaard biedt. Ook beschikken we nu over een echte Zuid-Afrikaanse braai. Het is een

uit de kluiten gewassen bijzondere barbecue op houtblokken. Daarmee creëer je de heerlijkste gerechten. Dat is tegenwoordig niet alleen vlees meer, maar vooral ook groenten zoals paprika's en asperges. In Zuid-Afrika is braaien de sociale gelegenheid bij uitstek. Zodra ze de kans hebben, staat er een braai op het programma. En daar gaan ze heel ver in. Zelfs de nationale feestdag 'Erfenisdag of Heritage day' is op initiatief van de wereldberoemde braaier Jan Braai veranderd in Nationale Braaidag. Elk jaar op 24 september zijn de Zuid-Afrikanen vrij van werk en school en vieren ze de diversiteit van hun vele culturen, tradities en talen. "Wie bij de braai staat en in het vuur kijkt, vergeet even zijn eigen beslommeringen en maakt gemakkelijk contact met anderen.

De braai past perfect in onze filosofie van gastheerschap en het verbinden van mensen.

Een bijeenkomst op Den Alerdinck is een ontspannen belevenis die bij veel mensen lang blijft hangen. Dat maakt het bijzonder geschikt voor familie- of bedrijfsbijeenkomsten. En mocht het onverhoopt gaan regenen, dan kan de bijeenkomst gemakkelijk worden voortgezet in het historische (1681) koetshuis.

Nieuwsgierig geworden? Bel voor een afspraak en één van onze personeelsleden of gastheer Wouter Koning zelf verzorgt met veel plezier een rondleiding over het landgoed. Daarbij vertellen ze graag over de mogelijkheden die deze fraaie buitenplaats te bieden heeft.



Sallandse professionals gaan met elkaar in gesprek over 'hoe nu verder'

Bedrijfsleven moet aan de bak met overspannen arbeidsmarkt



Neem een blik op de ledenlijst van een ondernemersvereniging en je vindt geheid gelijkgestemden. Bedrijven die in hetzelfde marktgebied actief zijn. Ieder natuurlijk wel met een andere benadering op basis van het eigen DNA. Het Sallands Ondernemers Magazine heeft daarom de rubriek SOM's Gemene Deler in het leven geroepen. Iedere keer pakken we een thema bij de kop (de gemene deler) en zetten we een aantal regionale ondernemers met elkaar aan tafel. Soms is er overeenstemming en soms gaan ze even stevig in discussie. In deze editie is het thema de Sallandse arbeidsmarkt. Vijf professionals uit ons verspreidingsgebied laten hun licht schijnen over de kansen en bedreigingen.

De mooiste omschrijving van het Sallandse bedrijfsleven komt aan het eind van een twee uur durende bijeenkomst. Martine Scholten, mede-eigenaar van 't Salland Coaching & Advies, weet het herkenbaar en bijna poëtisch in beeld te brengen. "Ik zie een mooi bord met Sallandse asperges voor me. Open, transparant, potig, beide beentjes op de grond. Met een strikje er om, want dat verwijst naar de samenwerking. De asperge staat voor mij model voor de Sallandse nuchterheid. En daar overheen komt dan een mooi sausje van bescheidenheid."

De veel geroemde nuchterheid en bescheidenheid. Het zit in ons DNA opgesloten, we zijn er trots op en we scoren er overall in het land punten mee. Of het ons altijd verder brengt in de wereld, is zeer de vraag. Zeker als er sprake is van een wat door Nico Neppelenbroek, de financiële man van Bajo Bouw en IJzerwerken, wordt omschreven als een "overspannen arbeidsmarkt." Het is vrijdagochtend en het decor – Landgoed De Vlaminckhorst bij Heino - voor deze primeur in het Sallands Ondernemers Magazine is overweldigend. Naast Martine en Nico schuiven aan: Martijn Colenbrander (eigenaar Appeladvocaat met specialisatie arbeidsrecht en docent HBO Rechten op Windesheim), René Nijland (teamleider Uitzendbureau Salland) en Daphne Borger (HR-adviseur bij Innovatiehub Salland, een samenwerkingsverband van vier bouwtechnische bedrijven).

De arbeidsmarkt in Salland. We horen er van alles over, maar hoe zou je de huidige positie omschrijven?

Nico: "Het is erg moeilijk om vakkrachten te vinden. We hebben daarom zelf het heft in handen genomen. Dat betekent bijvoorbeeld dat we de zaterdaghulp enthousiast maken voor de bouw. Eigenaar Barry Jonkman heeft een bijzondere klik met deze jongeren. Zo bouwen ze met elkaar aan diverse bouwwerken en ze mogen ook echt van alles doen zodat ze proeven wat het totale vak inhoudt. Bovendien krijgen ze de kans om met goed materieel te werken. Zo hebben we elk jaar wel een paar nieuwe instromers die we dan een BOL- of BBL-opleiding kunnen aanbieden. Volgend schooljaar beginnen zelfs vier nieuwe jongens bij ons en zij worden dan gekoppeld aan

vakbekwame en geschoolde leermeesters." Daphne: "Ik herken het beeld. Het is heel lastig om aan mensen te komen, dus je moet in een andere vijver gaan vissen. Niet alleen mikken op leerlingen, maar ook op de zij-instromers. Mensen die zich wellicht willen laten omscholen. Dus, dat betekent eigenlijk dat we dan intern een opleiding nabootsen." Martine: "Dat is wel een goede doelgroep. In de loopbaancoaching heb ik in de coronaperiode zeker meer eind dertigers en veertigplussers over de vloer gekregen die tot een soort bezinning zijn gekomen. En zich afvragen of ze eigenlijk wel doen wat ze leuk vinden. Soms zeggen ze zelfs uit zichzelf de baan op, maar ze vertrekken wel met een goede regeling van de werkgever. Daardoor hebben ze de tijd om wat anders te zoeken."

Dan moet jij, Martijn, ook meer werk hebben gekregen

"Nou, dat vond ik verrassend. Het soort zaken is anders dan ik had verwacht. Ik dacht corona, dat betekent veel reorganisaties, maar eigenlijk is het op dat vlak relatief rustig. Ik zie wel veel 'kleinere' ontslagzaken. Daar herken ik zeker wat Martine zegt over het transitiegevoel. Vroeger zag je dat werknemers heel erg 'aan hun baan hingen'. Zeker door de krappe arbeidsmarkt zeggen werknemers nu sneller: 'jij wilt van me af, ok, dan ga ik wel kijken naar ander werk en pak nog wat geld mee'. En dat terwijl de ontslagvergoeding de laatste jaren alleen maar naar beneden is gegaan." Nico: "Ik denk dat de crisis er over twee jaar pas goed inhakt als de belasting zijn geld wil hebben. Dat is het moment dat bedrijven echt in de problemen gaan komen." Martijn: "Het klopt helemaal wat je zegt. Een deel van het bedrijfsleven wordt in de benen

gehouden door de subsidiemaatregelen. Daar dek je de loonkosten mee en een stukje vaste lasten, maar meer ook niet. Zij teren in op hun eigen vermogen. Ik had verwacht en gehoopt dat bedrijven meer strategisch gingen voorsorteren op wat gaat komen..."

Wat kan op dit moment een speerpunt zijn voor het bedrijfsleven?

Martine: "Duurzame inzetbaarheid van je personeel. Dus investeren in het ontwikkelen en opleiden van medewerkers. Daar zijn mooie subsidiepotjes voor. Altijd in cofinanciering, maar soms wordt zelfs tot tachtig procent vergoed. Ik verwacht dat de overheid daar nog wel een tijdje mee doorgaat." René: "We maken daar ook veel gebruik van. Uit verschillende hoeken komen potjes vrij. Van gemeente en provincie, maar ook van onze eigen bond NBBU. Jaarlijks kunnen we wel vijftig medewerkers uitkiezen die 2.500 euro subsidie krijgen voor een opleiding. Het enige dat je hoeft aan te tonen, is de behoefte in het kader van loopbaanontwikkeling. Maar, dat is heel breed. Ideaal voor ons als uitzendbureau om op deze manier je mensen te kunnen boeien en binden."

Daphne: "Bedrijven hebben zeker nog een stevige uitdaging als het gaat om het creëren van die binding. Hoe krijg je vaklieden in beweging om te leren en zich verder te ontwikkelen?" René: "Herkenbaar. Ga je scholing opleggen, dan gaat het niet werken. Het moet echt vanuit de mensen zelf komen. Ga met elkaar in gesprek over de meerwaarde. Voor hun eigen toekomst en de positie op de arbeidsmarkt. Maar, het is zeker niet gemakkelijk." Martine: "Het is goed om de motivatiefactoren

- Martijn Colenbrander -

"Zie je een stagiaire als last of als een potentiële werknemer?"

”





en drijfveren van medewerkers te onderzoeken. De een zoekt de zekerheid van een 8 tot 5 baan, terwijl de ander juist wil meedenken, innoveren en flexibel wil zijn.”

Moeten Sallandse bedrijven mee in een cultuurverandering?

Nico: “Als ik naar Bajo kijk, is dat niet nodig. Ons verhaal is dat we groot zijn geworden door klein te blijven. Een open cultuur, een fijne sfeer en leuke activiteiten en feesten. De directie vult ieder jaar een potje met minimaal € 10.000,- en afhankelijk van de winst wordt dat meer. Puur en alleen om leuke dingen te doen. Bij zo’n bedrijf wil je als vakkracht toch werken?”

Daphne: “Eens! Het gaat om het gevoel dat je er bij hoort en trots bent op het werk wat je doet.”

René: “Naar mijn persoonlijke overtuiging zijn veel bedrijven nog best wel traditioneel in hun denken en handelen. Dat ze goede werknemers laten lopen omdat het bedrijf niet meegaat in

de wens om vier of zelfs drie dagen in de week te werken. Of bedrijven die iemand niet willen aannemen omdat hij ook al actief is voor een ander bouwbedrijf. Waarom niet? Als het een goede kracht is? Je kunt ook van elkaar leren. Bedrijven in Salland mogen best wat vrijer gaan denken.”

Martine: “Helemaal mee eens René. De huidige jongeren denken ook heel anders. Ze willen niet altijd een fulltime baan. Zijn veel meer bezig met het leven naast het werk en hoe het met privé kan worden gecombineerd.”

Corona was een hele goede wake-upcall en het heeft de arbeidsmarkt flink opgeschud. Maar, gaan we straks niet gewoon weer terug naar de oude manier van werken?

Nico: “Eén ding is zeker: de mogelijkheid voor kantoorpersoneel om thuis te werken blijft zeker.”

René: “Ik ken iemand die werkzaam is in online marketing. Die kan helemaal zelf z’n tijd indelen. Zolang hij maar aan het eind van

de week levert wat is afgesproken. Ik geloof daar wel in en ik denk dat heel veel bedrijven gaan inzien dat je daardoor ook minder kantoorruimte nodig hebt.”

Martijn: “Het is dan wel belangrijk om het in de juiste verhouding te blijven zien. Teveel online is ook niet goed, want qua binding kan het natuurlijk nooit tippen aan offline.”

Klinkt allemaal leuk, maar hoe meet je de productiviteit in de thuissituatie?

Martine: “Bedrijven kunnen beter niet denken in het aantal uren, maar meer naar wat de medewerkers aan het eind van de dag moeten hebben opgeleverd. Meer op het resultaat gaan zitten in plaats van te hameren op de urenregistratie. Wel is het belangrijk dat je dan met elkaar in gesprek blijft om te checken of iemand niet continu op z’n tenen loopt en daardoor wellicht burn-outklachten krijgt.”

Kun je corona ook zien als een kans om een nieuwe structuur voor de arbeidsmarkt neer te zetten?

René: “Zeker! Dit is een goede tijd voor zij-instromers. Dus daar kunnen bedrijven mee aan de slag. En we merken zeker ook dat het Sallandse bedrijfsleven meer heeft ingezet op robotisering en digitalisering. Dat is echt in een stroomversnelling gekomen. En dat trekt ook weer een bepaald slag kandidaten aan.”

Daphne: “Het groeiende aantal zij-instromers heeft ons bij de Innovatiehub Salland wel op het idee gebracht om een soort van meeloopdagen te gaan aanbieden. Dan laat je



- Nico Neppelenbroek -

“ De ondernemer van nu herkent de talenten binnen het bedrijf ”

”



- René Nijland -

“ Ondernemers moeten hun eigen koers varen en proberen om het te verbinden ”

”

ze kennis maken met verschillende richtingen om in de praktijk te kijken of het iets voor ze is.”

Nico: “Iedereen met twee rechterhanden en een beetje kennis van techniek is eigenlijk welkom!”

Moet je je als werkgever focussen op een goed salarisaanbod of juist op specifieke arbeidsvoorwaarden?

Martijn: “Het gaat om ‘employer branding’. Als werkgever positioneer je je als ‘het mooiste bruidje’. Dat begint met een goed basissalaris, maar het komt niet aan op een paar tientjes. Je ziet steeds meer flexibiliteit in de arbeidsvoorwaarden. Denk aan een individueel keuzebudget voor extra vrije dagen, een opleiding, fiets of verzin het maar.”

René: “Het is als werkgever slim om doorlopend in gesprek te zijn over de employer journey. Zijn inhoud en zinvolheid van het werk nog in overeenstemming met de wens van de medewerker? Het is ook helemaal niet verkeerd als iemand vertrekt die de reis heeft voltooid.”

Daphne: “Ik zie om me heen wel een positieve verandering. Vroeger gingen zulke zaken meer op basis van hiërarchie, terwijl het nu meer in de richting gaat van faciliteren en een coachende rol van de leidinggevende.”

Nico: “De ondernemer van nu herkent de talenten binnen het bedrijf en probeert ze vast te houden. Bij Bajo hebben twee medewerkers zelfs de kans gekregen om samen met ons te starten met een eigen bedrijf. Je kunt er voor kiezen om het niet toe te staan, maar dan ben je ze kwijt.”

Een ondernemer heeft misschien wel eens het gevoel aan de zijlijn te staan als het gaat om de arbeidsmarkt. Maar, wat kan hij/zij zelf doen?

René: “Ik ben geen ondernemer, maar geloof er wel heilig in dat je je eigen kansen moet creëren. Gemeente, provincie, ondernemersverenigingen volgen vaak hoofdlijnen, zien landelijke en lokale trends en spelen daar op in. Ondernemers moeten hun eigen koers varen maar wel proberen om dat met elkaar te verbinden.”

Nico: “Ik moet wel zeggen dat de provincie veel doet aan het stimuleren van opleiding en ontwikkeling door allerlei vouchers beschikbaar te stellen. Vaak blijft het bij gedachten, maar nu is ook echt geld beschikbaar.”

Martijn: “Als ik naar de BNI kijkt, word daar slechts mondjesmaat gebruik van gemaakt.”

Martine: “Ik heb inderdaad een voorlichtingsbijeenkomst bijgewoond waarbij slechts een handjevol ondernemers in de zaal zat. Dat is toch wel zonde.”

- Martine Scholten -

“ Het is goed om de drijfveren van medewerkers te onderzoeken ”

”

Maar, wat is dat dan? Kun je er de vinger op leggen waarom een bedrijf niet aanhaakt terwijl er duidelijk voordeel te behalen valt?

Nico: “Wat ik als accountant hoor, is dat ze vermoeden toch niet in aanmerking te komen voor de subsidie. Binnen Bajo hebben we het gewoon opgepakt en dan zie je dat er heel veel mogelijkheden zijn.”

Martijn: “En andersom denkend: als je jouw collega op cursus stuurt, dan kan hij niet declarabel werken. Dat zou misschien ook een angst kunnen zijn.”

Nico: “Maar als je het doel hebt om te innoveren, dan moet je daar tijd voor vrijmaken.”

Martine: “Wat zeker ook meespeelt, is het imagoprobleem van de overheid. Dat ze het ons over het algemeen niet echt gemakkelijk maken om een formulier in te vullen. Terwijl het in dit geval reuze meevalt...”

Hoe is het met de afstemming onderwijs – arbeidsmarkt. Kunnen daar nog stappen worden gezet?

Martijn: “Bij Windesheim proberen we wel echt de verbinding te zoeken met de praktijk door aan te haken bij Innovatiehubs en dat soort samenwerkingsverbanden. En we halen gastsprekers en docenten uit het werkveld naar binnen. Ook is er veel mogelijk met stages, maar uiteindelijk is het een keuze van de bedrijven. Zie je een stagiaire als een last of als een potentiële werknemer?”

Martine: “Een goede stagiaire kan uitgroeien tot een kandidaat voor een functie. En de provincie Overijssel geeft ook nog eens hele mooie subsidies. Als je een HBO-schoolverlater





- Daphne Borger -

“
Het gaat nu meer om
een coachende rol van de
leidinggevende
”

met maximaal één jaar werkervaring in dienst neemt, kun je tot 30 juni een vergoeding krijgen tot 10.000 euro. Zo'n beslissing moet niet ingegeven zijn door geld, maar het kan wel net dat beslissende zetje geven.”
Daphne: “Als je eenmaal de weg door subsidieland weet te bewandelen, is heel veel mogelijk, maar je moet het wel weten.”
Martijn: “Je kunt het ook eens omdraaien en de studenten informeren. Het is voor hen een extra argument tijdens de sollicitatie. Zo van: 'als je mij aanneemt, heb je door de subsidie al een derde van de loonkosten terugverdiend'.”
Tot slot, moeten we als regio niet eens wat meer de trom roeren?
Martine: “Bescheidenheid is een kwaliteit van deze regio, maar het moet geen valkuil worden. Ik zie veel heil in samenwerking. De Innovatiehub is wat dat betreft een mooi voorbeeld. Met nog meer samenwerking kunnen we echt een mooie beweging laten ontstaan.”

Daphne: “De Innovatiehub kan zeker een inspiratiebron zijn. Ook om aan hoger opgeleide studenten te laten zien dat er in deze regio mooi, sterke bedrijven zijn. De kracht van deze samenwerking is dat de bedrijven Uw Onderhoudspartner Lenferink, Nijhof Installatietechniek, Mensink Bouwbedrijf en Boerhof Projectinrichters echt kijken waar samen winst te behalen valt. Ze doen verschillende dingen, maar delen wel één visie.”
René: “Er is hier veel jeugd dat het Sallandse DNA door de aderen heeft stromen, maar ze blijven toch werkzaam in de grote steden omdat ze het perspectief niet voldoende kennen. Ik vind dus echt dat we wel meer mogen laten zien wat we te bieden hebben.”
Nico: “Het is wel zaak om op te passen dat Zwolle niet de grote bedrijven uit Salland gaat aantrekken. Ik heb wel eens

gehoord dat ze daar gewoon grond krijgen aangeboden wanneer ze voor Zwolle kiezen.”
René: “Dat kan eigenlijk helemaal niet. Zeker als je ook nog eens in hetzelfde samenwerkingsverband zit...”

**We zijn toegekomen aan de uitsmijter.
Vul maar aan: in 2025 moet de Sallandse arbeidsmarkt...**

Daphne: “Nog meer sectoren hebben die met elkaar gaan samenwerken. Met als uitgangspunt dat je samen streeft naar één doel. En niet dat je de ander nodig bent om jouw doelen te realiseren.”
René: “Zijn doorontwikkeld. Dat we er in slagen om het arbeidspotentieel in deze regio vast te houden en een goede balans te vinden tussen flexibele en vaste arbeid.”
Martijn: “Doorontwikkeling prima, maar wel met voorzichtige stapjes. Koester ook wat je hebt. Dit is een regio met veel kwaliteit, een brede basis en een goede werkhouding.”
Martine: “Meer werk hebben gemaakt van duurzame inzetbaarheid, dus talent- en loopbaanmanagement. En niet denken in termen van concurrentie. Past een werknemer qua DNA niet bij jou, dan kun je hem of haar misschien wel op weg helpen naar een ander.”
Nico: “Groter zijn geworden, maar wel op onze eigen manier door Sallands te blijven en samen te werken.”
Martijn: “Alleen ga je harder, samen kom je verder.”

Landgoed De Vlamincckhorst:

Modern vergaderen met een zweem van nostalgie

Ben je die saaie kantooromgeving wel een keer beu? Oftewel, ben je op zoek naar een inspirerende locatie voor een vergadering of andere zakelijke bijeenkomst? Neem eens een kijkje bij Landgoed De Vlamincckhorst. Gelegen in een prachtige natuurlijke omgeving aan de rand van de bebouwde kom van Heino. Modern vergaderen in een sfeer van historie en met een zweem van nostalgie!

www.vlaminckhorst.nl



Tractorwerkzaamheden. We doen niets liever!

Eén met de tractor. Dat zijn we! Wij zetten daarom met liefde onze compact tractoren met machines in voor aanleg en onderhoud van gazons, bermen, parken en bedrijventerreinen.

Luttenberg | 06 46 28 09 10 | info@ericbeuwer.nl | www.ericbeuwer.nl

De specialist in letter- en lichtreclame!

**Van eenvoudige reclame-uitingen tot
totaalconcept**

letter- en lichtreclame

**BELETTERING
VAN
A TOT Z!**

shop - lunchroom

**BIJ ONS
BENT U AAN
HET JUISTE
ADRES!**

**technische kennis
eigen montageteam
snelle levering
decennia ervaring**

L.J. Costerstraat 15, 8141 GN Heino | Tel. 0572 393015 | studio@technoprinholland.nl | www.technoprinholland.nl



Magazines en boeken. Dat kunnen we als geen ander.



Hoe? Zie onze vernieuwde website.