

deUitgave

Ontwikkelingen in de communicatieindustrie

Het Stenen tijdperk

Het tijdperk van digitale communicatie is nog maar net begonnen. In 1992 kwam het internet, in 1995 email, daarna websites etc. Waar gaat dit eindigen?

Ieder tijdperk biedt zijn mogelijkheden, totdat het ingehaald wordt door de geschiedenis. De Steentijd eindigde niet omdat de stenen op waren, maar omdat het koper en daarna het brons werden uitgevonden. Richtte je je als onderneming op het produceren van stenen artikelen, dan had je pech. De markt ging om koper vragen. Want koper voegde meer waarde toe voor de klant dan steen. Het was sneller warm, lichter en kon niet kapot vallen. Wel zo prettig bij bijvoorbeeld een kookpot. Zo zijn we via al die tijdperken tot het nu gekomen. Steeds werden er nieuwe middelen uitgevonden die efficiënter en productiever waren. Innovatie en verandering helpen ons verder.

Grafimedia

Dit communicatietijdperk biedt veel mogelijkheden, maar ook bedreigingen voor (grafimedia-) bedrijven. Dit vraagt wel het vermogen om aan te passen aan de veranderende behoeften van de klanten. Grafimedia-bedrijven kunnen hiervan profiteren. Onder andere door grafische producten en diensten – waaronder druk-

werk – te gaan zien als middel en niet langer als doel. Door drukwerk anders in te zetten en te combineren met andere media kunnen grafimedia-bedrijven nieuwe diensten ontwikkelen die inspelen op de veranderende vraag van de klant. Dit levert meer omzet en betere marges op.

Razendsnel

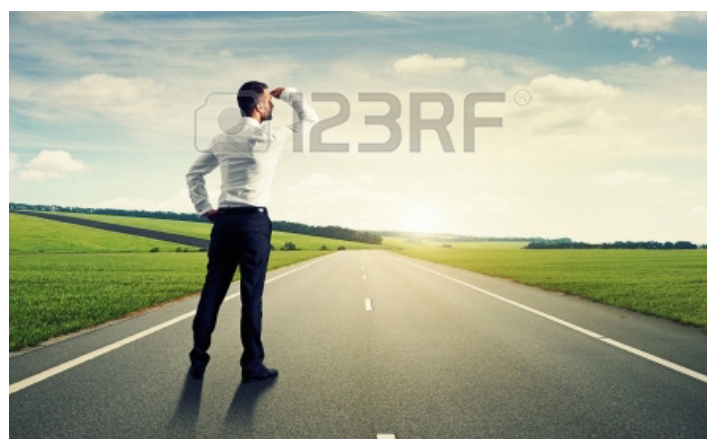
De wereld verandert razendsnel en dat geldt ook voor onze communicatie. De centrale rol van drukwerk verandert, aanvankelijk onder invloed van de radio en televisie. Dat gaat nu nog sneller, omdat de hoeveelheid informatie tot 2020 nog eens met een factor

30 zal toenemen. Het tijdperk van traditionele communicatie eindigt. Niet omdat we niet langer communiceren, maar omdat iedereen op zoek is naar de juiste informatie op het juiste moment en in de juiste vorm.

Meebewegen

Wie zich beperkt tot de productie van traditioneel drukwerk negeert de veranderingen in de behoeften van klanten. Beweeg je niet mee, dan verklein je je kans op een duurzame toekomst. Nadenken over de toekomst is dus van groot belang voor een ondernemer. Voor je het weet, ben je overgegaan van het ene tijdperk in het andere. Niet meegegaan met je tijd? Dan ben je niet meer nodig!

Frank den Hartog



KIJK VOOR ONZE

OPLEIDINGEN OP

WWW.STIVAKO.NL

In dienst van uw onderneming



PRODUCTIE

MARKETING

PERSONEEL

FINANCIËN

MANAGEMENT

Bevlogenheid belangrijk?

‘Vroeger was alles anders’. Dit hoor ik mijn ouders, werknemers en werkgevers van bepaalde leeftijd vaak zeggen. Ik vraag dan altijd wát er anders was en of die tijd dan beter was. Daar krijg ik dan verschillende antwoorden op. Het leuke is dat we dan meestal direct een interessant gespreksonderwerp hebben.

Een antwoord dat ik veelal hoor is dat men ‘vroeger’ lang bij een werkgever bleef. Mijn ouders hebben ook bijna 40 jaar bij dezelfde werkgever gewerkt. Daar is in principe ook niets mis mee, zij hebben het naar hun zin gehad bij hun werkgever. Vroeger was je in dienst bij een werkgever en je deed gewoon wat er gevraagd werd. De moderne werknemer dient multi-inzetbaar te zijn en over te werken wanneer dat nodig is. Het welbekende ‘stapje extra doen’. Maar hoeveel kun je vragen van een werknemer? En iedere persoon is uniek. Dat betekent dus maatwerk.

Welzijn

Het is dan ook niet gek dat er in de huidige tijd steeds meer gelet wordt op het welzijn (toestand waarin het geestelijk, lichamelijk en sociaal goed met je gaat, *Nederlands woordenboek*). Dit heeft deels te maken met het feit dat men tegenwoordig langer moet doorwerken. Nu is de pensioengerechtigde leeftijd 67, maar hou er rekening mee dat dit nog verder opgeschroefd kan worden naar 70 jaar. En als we dan toch langer moeten doorwerken, is het wel zo prettig dat we dit kunnen doen in goede gezondheid en met plezier. Anders is het voor velen waar-

schijnlijk lastig vol te houden. Welzijn kan vrij worden vertaald naar het begrip ‘bevlogenheid’. Uiteraard zijn er veel meer factoren van belang bij het langer doorwerken en is dit tevens functie-afhankelijk. Soms is het bijvoorbeeld fysiek onmogelijk om in die bepaalde functie door te werken tot aan de pensioengerechtigde leeftijd, ook al is die persoon nog zo ‘bevlogen’.

Maatwerk

Het maatwerk waarover in de eerste alinea wordt gesproken, kan onder andere worden ingevuld door in gesprek te gaan en

te blijven met de werknemer. Dat kan tijdens functioneringsgesprekken, maar ook in korte dagelijkse gesprekjes. Beide partijen hebben immers baat bij een goede dialoog; een tevreden werknemer levert namelijk meer toegevoegde waarde aan de organisatie. Voor meer informatie over dit onderwerp en andere onderwerpen met betrekking tot duurzame inzetbaarheid kunt u contact opnemen met het Dienstencentrum (020 - 543 56 88) of mailen naar h.geel@dienstencentrum.com.

Harmen Geel



Praktisch met energiezorg aan de slag via EPK-EMSPI

De creatieve sector gaat oefenen met een Energie Prestatie Keuring (EPK) voor MKB-bedrijven; een soort APK-keuring voor de energiehuishouding van je bedrijf.

Bijna alle grote grafmediabedrijven zijn al actief aan de slag gegaan met energiezorg. Zij ‘verplichten’ zich daartoe, omdat zij zich hebben aangemeld voor de *MJA3 Grafimedia*, de Meer-JarenAfspraak rond energie, die individuele bedrijven met de overheid afsluiten. Maar voor de MKB-bedrijven is nog niet iets geregeld, waardoor zij zich geropen voelen om aan energiereductie te gaan werken. Weliswaar is energie meegenomen in de *Wet Milieubeheer* – vertaald in het *Activiteitenbesluit* – maar handhaving op dit onderwerp is tot nu toe marginaal geweest. Dus waarom zou je dan als ondernemer druk maken over energiezorg, als je toch al zoveel problemen op te lossen hebt? Goeie vraag! Maar wat is het antwoord?

Terugverdientijden

Anno 2015 is iedereen wel een beetje overtuigd van het bestaan van het broeikaseffect. En dus begrijpt ook iedereen dat de CO₂-uitstoot teruggebracht moet worden. Particulieren plaatsen steeds vaker zonnecellen of een zonneboiler op het dak en MKB-bedrijven zouden dat gedrag ook best willen volgen, als zij maar wisten wat de werkelijke terugverdientijden zijn. De wet geeft aan dat elke maatregel met een terugverdientijd van vijf jaar of korter moet worden uitgevoerd. De rijksoverheid is van zins om hierop vanaf 2015 sterker te handhaven. Via MJA’s is dit nu al voor

grotere bedrijven geregeld, maar voor de MKB-sector nog niet. Dat wil de overheid bereiken via zogenaamde EPK’s: *Energie Prestatie Keuringen*. Deze EPK’s moeten dan wel sectorspecifiek gemaakt zijn, inclusief een duidelijke lijst met energiebesparingsopties. De grafimedia kent een dergelijke lijst nog uit de tijd van de Milieubeleidsvereenkomst met de *factsheet Energie*. Zoiets wordt dus binnenkort nieuw leven ingeblazen via de *EPK Grafimedia*.

Afspraken

Het bedrijfsleven heeft met de overheid en allerlei maatschappelijke organisaties het SER-energieakkoord (2013) afgesloten, waarin o.a. afspraken zijn vastgelegd om het energieverbruik verder terug te dringen. In dit akkoord is o.a. afgesproken dat er een EPK-proefproject zal worden uitgevoerd. Een EPK is te vergelijken met een APK-keuring voor een bedrijf op het gebied van energiebesparing. Het doel van dit project is te zoeken naar een effectieve hulp voor ondernemingen als bijdrage aan de verwezenlijking van alle maatregelen ter terugdringen van het energieverbruik met een terugverdientijd van maximaal vijf jaar. Het EPK-project is een gezamenlijk project van de rijksoverheid en het KVGGO, dat zal worden uitgevoerd door het adviesbureau Industrial Energy Experts in samenwerking met het Dienstencentrum. Beide hebben op energiemangement



Co-funded by the Intelligent Energy Europe Programme of the European Union

al lang hun sporen verdient en verwachten dan ook met een goed werkbaar instrument te komen.

Besparingsplan

Het instrument zal worden getest door twintig grafmediabedrijven. Alle actieve deelnemers krijgen – naast het bijwonen van een aantal workshops - een bedrijfsbezoek, waarin gekeken gaat worden of zij de webapplicatie goed hebben begrepen en ingevuld en welke energiebesparende maatregelen zij nog kunnen nemen. Als eind-

product rolt daar een energiebesparingsplan uit. Daarna zijn de deelnemers klaar voor de volgende stap: systematisch aan de wet voldoen via het invoeren van een energiemanagementsysteem (gratis via het EMSPI-project). Neem voor meer informatie contact op Peter Tegel van het Dienstencentrum, tel. 020 - 54 35 688, p.tegel@dienstencentrum.com of met Maarten Reuderink van het KVGGO, tel. 020 - 54 35 678.

Peter Tegel

Profiteer in 2015 nog van subsidie-voordeel op veel Stivako-opleidingen!

Stivako is als preferred supplier van het A&O Fonds Grafimedia dé aangewezen opleider in de branche. Werkgevers kunnen dit hele jaar nog subsidie krijgen op het gebied van scholing. Concreet betekent dit dat bedrijven voor hun werknemers tot 40%

retour kunnen ontvangen op de gemaakte opleidingskosten. Kijk op www.stivako.nl voor de voorwaarden.

Schrijf nu in voor een van onze opleidingen, trainingen of workshops in het najaar:

Onze overheid: duurzaam?

De nachtmerrie is uitgekomen: onze overheid lijkt zich niet aan haar eigen afspraken te houden. De overheid is naar het bedrijfsleven toe erg streng als het gaat om het nastreven van duurzaamheid. Op zich prima, maar dat diezelfde overheid zelf op grote schaal de regels aan haar laars lapt, is schrijnend.

In de krant stond onlangs nog dat de Nederlandse overheid gebroken heeft met haar belofte om milieubewust in te kopen. Dat bericht was gebaseerd op een brandbrief van zes organisaties, waaronder MVO Nederland, aan de Vaste Kamercommissie voor Infrastructuur en Milieu. Daarin werd hernieuwde aandacht gevraagd voor duurzaam inkopen door de overheid als strategisch

instrument om de ‘vergroening’ van de economie te stimuleren. Sinds 2011 is afgesproken dat de overheden hun aanbestedingen duurzaam zouden wegzetten, om ‘groene groei’ te bevorderen. Het bedrijfsleven – waaronder de grafimedia – heeft moeten constateren dat dit overheidsbeleid maar deels gehaald wordt. Natuurlijk zijn er veel drukkerijen die alleen maar mogen werken



als zij het drukwerk conform de Criteria Duurzaam Inkopen van Drukwerk hebben geproduceerd. Maar er zijn helaas nog steeds te veel verhalen van anderen die aangeven dat drukwerkinkopers van de overheid deze criteria aan de laars lappen.

Gemiste kansen

Uit diverse onderzoeken is wederom gebleken dat duurzaam

produceren een significanter bedrijfsresultaat oplevert, wat oploopt tot meer dan twintig procent. Door niet-duurzaam aan te besteden loopt de Nederlandse overheid dus financiën mis. Samenvattend: hoe is het mogelijk dat gerenommeerde instituten aangeven dat er echt geld valt te verdienen met duurzaamheid en dat onze overheid het geld over de balk gooit met een foutief inkoopbeleid? Bij de overheid schijnen dus geen mensen te werken die echt verstand hebben van geld.

Peter Tegel



COLUMN Flop-index

Onlangs heb ik tien-minutengesprekken gehad met de juffen van mijn twee schatjes. Een rapportbespreking. Naast hun altijd geweldige individuele prestaties worden ze ook vergeleken met andere kinderen. Met de zogenaamde CITO-LVS-grafieken wordt inzichtelijk gemaakt of zij onder hun niveau presteren of niet. Of hun ouders zich zorgen moeten maken of niet.

Het hele leven lijkt wel in grafieken en indices gevangen te worden. BMI, AMX, CPI, MIG, WAI, FLOP etc. Dit is slechts een kleine opsomming van manieren waarop allerlei sectoren op eenvoudige wijze willen weergeven wat gemeten is en wat het resultaat nu feitelijk betekent. Dit vindt natuurlijk plaats middels het gebruik van getallen, of 'cijfers' als u dat liever hebt. Iedereen in onze branche is vertrouwd met de Flop-index, de meeteenheid van reflectieverandering van een metallic kleur in een reeks van verschillende zichthoeken. Hoe hoger het getal, des te beter (glanzend metallic).

Een ander type van indexeren is het zogenaamde *benchmarken*. Zeg maar, een soort CITO-toets, maar dan voor volwassenen. Maar met *benchmarken* is in onze branche iets gek aan de hand. Het gros van de grafmediabedrijven (lees: de mensen die in die bedrijven werken) gebruiken dit om de volgende vragen te beantwoorden: Voldoe ik aan de norm? Hoe doe ik het ten opzichten van de rest? Wat veel interessanter zou zijn, is de vraag: Hoe kan ik mij onderscheiden van de rest?

Aan de rapporten van mijn twee lieve schatjes kan ik aflezen dat ze lekker bezig zijn. Daar waar ze in achterblijven, spijkeren we thuis bij en waar ze in voorlopen, daarin dagen we ze uit. Immers, dat zijn hun van nature aangeboren talenten die aangesproken mogen worden. Investeren dus in die talenten, zodat zij zullen schitteren.

Paul Voors

Reageren? E-mail p.voors@dienstencentrum.com

Nieuwe websites voor SCGM en SCCI

Een certificaat is een bewijs van onafhankelijke beoordeling van een aspect van uw organisatie. De Stichting Certificatie GrafMedia branche (SCGM) is het certificatie-instituut voor de grafimedia-branche. De Stichting Certificatie Creatieve Industrie (SCCI) richt zich op het auditen en certificeren van ondernemingen en organisaties binnen de creatieve industrie. Beide organisaties voeren audits uit bij bedrijven voor de diverse zorgsystemen en ISO-normen. De normen zijn afgestemd op de

diverse sectoren binnen de grafimedia- en creatieve industrie. Zowel SCGM als SCCI hebben nu een geheel vernieuwde website. Overzichtelijk, gebruiksvriendelijk en helemaal van deze tijd. Beide sites hebben een registratiefunctie, waarmee u eenvoudig de gecertificeerde bedrijven kunt vinden. Deze bedrijven hebben een certificaat ontvangen als bekroning op de invoering van hun managementsysteem.

www.scgm.nl

www.creatieve-industrie.com



Open dagen Stivako

1 juli en 26 augustus in Utrecht
www.stivako.nl

Colofon

de Uitgave
Frank den Hartog
Eva Bouwman

De redactionele verantwoordelijkheid voor de Uitgave ligt volledig bij het Dienstencentrum.

Adres
Dienstencentrum
Postbus 220, 1180 AE AMSTELVEEN
Telefoon: 020 - 543 56 88
Fax: 020 - 543 55 64
info@dienstencentrum.com
www.dienstencentrum.com
Het Portaal:
www.mediadienstencentrum.nl
Opleidingen: www.stivako.nl