



de Uitgave

ONTWIKKELINGEN IN DE COMMUNICATIEINDUSTRIE

Resultaten onderzoek naar innovatie bekend

Begin dit jaar heeft het Dienstencentrum in samenwerking met de Vrije Universiteit onderzoek gedaan naar innovatie en ondernemerschap in de sector. Maar liefst 86 respondenten hebben de vragenlijst volledig ingevuld. Hier leest u kort wat precies het doel was van het onderzoek en wat de resultaten ervan zijn.

Ter oriëntatie hebben de onderzoekers zich op verschillende manieren in het onderwerp verdiept. Allereerst zijn ze in gesprek gegaan met ondernemers op de Sign & Print Expo, om direct bij de bron informatie op te halen over innovatie in de sector. Vervolgens is er deskresearch gedaan naar eerder wetenschappelijk onderzoek op het gebied van innovatie in het MKB. Hieruit kwamen een vijftal barrières naar voren die MKB- ondernemingen weerhouden van innovatie. Dat zijn:

- Een gebrek aan samenwerking met partners
- Financiële barrières
- Personeelgerelateerde barrières
- Kennisgerelateerde barrières
- Marktgerelateerde barrières

Ook voor de grafimedia?

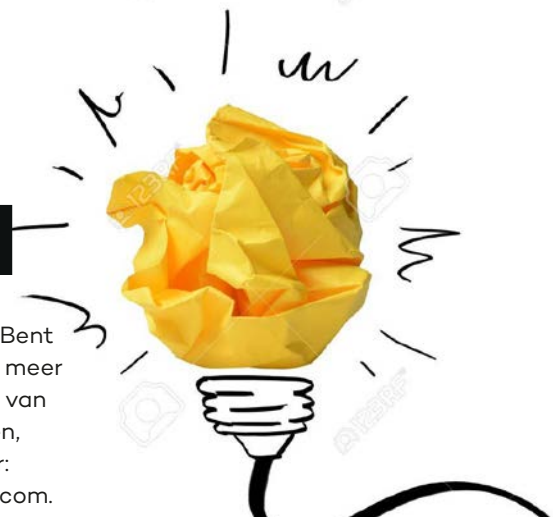
Vervolgens hebben de onderzoekers uitgezocht of deze barrières ook gelden voor de grafimediasector. Wat blijkt: kennis is het grootste probleem. Niet-groeiende bedrijven in de branche hebben een gebrek aan kennis over marketing, sales en strategie in vergelijking met de groeiende bedrijven in de branche. Verder spelen ook financiële, personeel- en marktgerelateerde barrières een rol in het opwekken van weerstand tegen innovatie. Er lijkt geen sprake te zijn van een gebrek aan samenwerking tussen het MKB en andere organisaties in de branche. Natuurlijk heeft het onderzoek nog meer interessante resultaten

aan het licht gebracht. Bent u geïnteresseerd in een meer uitgebreide rapportage van de onderzoeksresultaten, stuur dan een mail naar: info@dienstencentrum.com.

Workshop

Ook organiseren wij een workshop over innovatie op basis van de uitkomsten van het onderzoek. Deze gratis workshop wordt verzorgd door Prof. Dr. Enno Masurel, hoogleraar "Duurzaam ondernemen" en directeur van het VU Center for Entrepreneurship. Wil je hieraan deelnemen, neem dan ook contact op via info@dienstencentrum.com om in te schrijven. Op dit moment zijn er al zo'n 30 aanmeldingen. Het totaal aantal plaatsen is beperkt, dus schrijf snel in. De workshop vindt plaats op 31 oktober 2019 van 14.00 tot 17.00 uur bij het Dienstencentrum in Schiphol-Rijk.

Jordi Kuijt en Frank den Hartog



KERNADVIES STRATEGIE

Toekomst en strategie als thema is voor veel ondernemers vaak moeilijk en een 'ver van ons bed show'. Voor de continuïteit van de organisatie is het echter belangrijk om hiermee bezig te zijn. Maar waar begint u dan precies? En hoe pakt u dit het beste aan? Wij helpen u graag met het beantwoorden van deze vragen. Het Dienstencentrum heeft voor u het kernadvies strategie traject ontwikkeld. Voor meer informatie, bel 020 - 543 56 88 of mail naar info@dienstencentrum.com. In een kort gesprek geven wij u vrijblijvend de juiste informatie.

Lean in de Grafimedia

Mijn naam is Anne Schneider en sinds 1 januari 2019 ben ik Lean-adviseur met Lean Green-belt bij het Dienstencentrum. In die periode heb ik al zoveel mogelijkheden tot verbetering bij grafische bedrijven gezien, dat ik het zeker weet: ik kan ook u helpen.

Het eerste half jaar heb ik de branche leren kennen door het uitvoeren van diverse trajecten, zoals advies over Energiebesparing, ISO 9001 advies en Lean-projecten. Het was erg interessant om te zien hoe de grafimedia-branche zich het afgelopen decennium heeft ontwikkeld. Door de toenemende

werkdruk zijn werkafspraken en logische werkstromen op de tweede plaats gekomen. Zo konden we tijdens een adviesessie binnen twee uur al met enkele voorbeelden 10.000 euro aanwijzen die het bedrijf maandelijks verspilde door inefficiëntie en fouten in het proces. En dit was helaas geen uitzon-

dering... Daarom heb ik Lean voor de Grafimedia-branche verder ontwikkeld, zodat elk bedrijf verspilling van geld en tijd kan voorkomen en nog efficiënter zijn klanten bedienen.

Zes praktische modules

Het Dienstencentrum heeft concrete advies- en opleidingstrajecten ontwikkeld. Zo hebben we zes afzonderlijke en praktische modules gemaakt, waarmee we direct binnen uw bedrijf aan de slag

gaan met procesverbeteringen. Deze modules tezamen zijn tevens vertaald naar de opleiding 'Lean manufacturing' binnen Stivako. Die is te volgen op basis van open inschrijving, maar ook als in-company-training. Lean is dermate belangrijk binnen onze branche dat er dit jaar tot wel 40% subsidie mogelijk is op de Lean-projecten.

We hebben drie varianten, dus er past er altijd wel een bij uw situatie. Neem contact met ons op en we denken graag met u mee op zoek naar de beste oplossing. Want ik weet zeker dat ook u fors kunt besparen met Lean. Twijfelt u nog? Ik kom graag langs om u te overtuigen. Of kijk voor meer informatie op <https://dienstencentrum.com/lean-en-kwaliteit.html> en de Stivako-opleiding <https://www.stivako.nl/lean.html>.

Anne Schneider

HET DIENSTENCENTRUM KOMT NAAR U TOE

Meestal organiseert het Dienstencentrum de zogenaamde klantendagen in Schiphol-Rijk. Dit jaar doen we het anders en gaan we in het najaar ook het land in. De agenda is:

- 8 oktober in Schiphol-Rijk, van 14.30-17.00 uur, Regio Midden en West
- 10 oktober in Zwolle, van 14.30-17.00 uur, regio Noord en Oost
- 15 oktober in Oss, van 14.30-17.00 uur, regio Zuid en Oost.
- 31 oktober in Schiphol-Rijk, van 14.00-17.00, workshop Prof. Dr. Enno Masurel over het onderzoek naar ondernemerschap in de Grafimedia.

Tijdens de gratis toegankelijke regionale Dienstencentrum-informatiebijeenkomsten zullen de thema's zijn: LEAN management, Data security risicobeheer, Energie en Ondernemen en leiderschap.

Indien u wil deelnemen, kunt u zich aanmelden bij ons secretariaat: 020 - 543 56 88 of info@dienstencentrum.com. Geef dan svp aan welke bijeenkomst u wil bijwonen. Schrijf snel in, want vol is vol! Wij hopen u te ontmoeten in uw regio,

Frank den Hartog

Informatieplicht Energiebesparing. Hoe staat de Grafimedia ervoor?

Het kan niemand ontgaan zijn: elk bedrijf met een elektriciteitsverbruik van boven de 50.000 kWh en/of 25.000 m³ moest voor 1 juli jl. zich voor de Informatieplicht Energiebesparing hebben aangemeld bij de Rijksdienst van Ondernemend Nederland. Dit is zeker niet in alle branches gelukt, maar de grafimedia-branche scoort wel goed. Complimenten voor het KVGO.

In Nederland zijn naar schatting 125.000 bedrijven informatieplichtig, waarvan er zich op 1 juli 22.500 (18%) hadden aangemeld. Van de 600 informatieplichtige bedrijven in de grafimedia hadden er zich zo'n 250 op 1 juli aangemeld. Dat is ruim 41% en dat mag landelijk gezien dus een prima prestatie genoemd worden.

Goed of slecht?

Met deze campagne (met veel subsidiegeld) laten we de handhavers in onze "keuken" kijken. Te veel informatie geven, is niet altijd handig. Maar in dit specifieke geval van energiebesparing en CO₂-reductie wel. Simpelweg omdat elk bedrijf aan de wettelijke Informatieplicht moet voldoen. Het is dus geen "vrijheid-blijheid" bij minister Wiebes, maar bittere ernst. Dat de Grafimedia beduidend beter scoort dan andere sectoren heeft alles te maken met de voorbereiding die het KVGO, Dienstencentrum en BlueTerra hebben gedaan, om bedrijven optimaal te informeren over de Informatieplicht Energiebesparing. Als een van de weinige branches beschikken wij over een speciale Energie Campagne KVGO Grafimedia, met forse subsidiemogelijkheden voor bedrijven.

Zijn we er nu?

Helaas, zeker niet. Er moeten niet alleen nog steeds 350 grafische bedrijven aan de informatieplicht voldoen, er zal ook iets met de uitkomst van de energieanalyse moeten gebeuren. Inventariseren is één; nu de uitvoering van energiebesparende acties nog. In totaal zijn er 60 verplicht uit te voeren maatregelen. Het is aan het bedrijf om in goed overleg met de Omgevingsdienst (de handhaver) te bepalen welke maatregel wanneer wordt uitgevoerd.

Streng optreden

Volgens de wet moesten alle 60 maatregelen vóór 1 juli jl. zijn uitgevoerd. Nu snapt de overheid ook wel dat dit niet van het MKB verwacht mag worden. Daarom willen de Omgevingsdiensten best wel in overleg treden met directeuren van ondernemingen. Maar alleen als zij zich aan de wet houden, dus na het invullen van de Informatieplicht. De Omgevingsdiensten zullen zich coulant opstellen naar bedrijven die de Informatieplicht hebben ingevuld, maar streng optreden tegen achterblijvers. Streng betekent in dit geval een dwangsom van € 1.000 per maand voor het niet hebben ingevuld van de informatieplicht en

daarna (bij uitblijven van acties) een boete van 1,5 keer de investering van elke energiebesparende maatregel die niet op tijd is uitgevoerd.

Alsnog met spoed regelen

Voldoen aan de Informatieplicht kunt u simpel alsnog met spoed regelen door in te stappen in de Energie

Campagne KVGO Grafimedia (mail: info@kvgo.nl of direct: info@dienstencentrum.com / 020 - 543 56 88 om direct gesubsidieerd aan de slag te kunnen). U heeft twee opties om uw Informatieplicht te regelen: direct via de RVO-site of via de Energie RI&E die nu gratis ter beschikking wordt gesteld. De Energie RI&E is verreweg het meest gebruiksvriendelijk, omdat hier veel meer achtergrondinformatie en feedback in verwerkt zit (naast diverse rapportages en actieplannen). Voor meer informatie over de Energie Campagne en het opvragen van een licentiesleutel van de Energie RI&E bel 020 - 543 56 88.

Peter Tegel





Peter Huisman, adviseur bij het Dienstencentrum.

AVG-DENKEN

Het lijkt ver weg voor het gemiddelde MKB-bedrijf: Google een boete van 50 miljoen en British Airways 205 miljoen voor het schenden van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). Maar het is inmiddels al dichterbij gekomen: de gemeente Deventer moet een schadevergoeding van € 500,- uitkeren voor het delen van gegevens met andere gemeentes en het Haga Ziekenhuis heeft een boete van € 460.000,- gekregen voor het niet voldoende beperken van toegangsrechten (en monitoren hiervan). De autoriteiten moesten even op gang komen, maar de trein lijkt nu dan eindelijk vaart te krijgen. Op de website www.enforcement-tracker.com wordt bijgehouden welke boetes uitgedeeld zijn. Het bijzondere aan de boete die Deventer gekregen heeft, is dat het een schadevergoeding aan een natuurlijk persoon betreft. In principe zou er ook nog een boete van de Autoriteit Persoonsgegevens (AP) overheen kunnen komen. Het risico komt vanaf nu dus niet alleen van het eventuele oppakken van een zaak door de AP, maar ook mondige mensen hebben een stok

gekregen om mee te slaan. Met alle negatieve pers die daar nog overheen komt. Nu heeft iedereen natuurlijk voor zichzelf al vastgesteld welke invloed de AVG heeft op zijn of haar organisatie en technische en organisatorische maatregelen getroffen (hadden Haga en Deventer ook). Maar ben je er dan? Nee dus. Het voldoen aan de AVG-wetgeving vereist ook een verandering in denken en handelen van alle medewerkers in een organisatie. Dit is alleen effectief als de bedrijfscultuur deze verandering incorporeert. Gedeelde waarden in de hele organisatie en niet alleen bij de directie of functionaris gegevensbescherming. Dit is een proces van de lange adem, maar met de juiste handvatten hoeft dit geen 'vervelend' proces te zijn. Door als vertrekpunt de waarden van de organisatie te nemen en de veranderingen vanuit die waarden toe te lichten, is een andere werkwijze 'logisch'. De bonus is dat het uiteindelijk zal het leiden tot een beter begrip van de dienstverlening van het bedrijf bij alle medewerkers én een professionalisering van de organisatie als geheel.

De redactionele verantwoordelijkheid voor de Uitgave ligt volledig bij Frank den Hartog en Eva Bouwman van het Dienstencentrum.

Benut je medewerkers beter

Open deur: tevreden medewerkers hebben een positieve invloed op het bedrijf. Het leidt tot meer klanttevredenheid, een hogere arbeidsproductiviteit en een lager ziekteverzuim. Maar hoe weet je nu of medewerkers tevreden zijn?

Daarvoor laat je een Medewerkers Tevredenheidsonderzoek (MTO) doen. De MTO's die in onze branche zijn uitgevoerd, laten twee grote gemene delers zien. Medewerkers zijn het meest tevreden over de psychosociale arbeidsbelasting, elk beroepsrisico dat het psychisch en lichamelijk welzijn van werknemers beïnvloedt, en het minst tevreden over de ontwikkel- en opleidingsmogelijkheden. Daar zou dus de belangrijkste focus moeten liggen. Uw bedrijf moet ontwikkelen aan de hand van de continue stroom trends en ontwikkelingen in de branche. In het verlengde hiervan moeten medewerkers ook continu doorontwikkelen. De omstandigheden waarin medewerkers werken, worden als goed beoordeeld, wat zorgt voor een omgeving waarin optimaal geleerd kan worden.

Tips

Ga je binnenkort aan de slag met MTO binnen jouw bedrijf? Dan kunnen deze tips u helpen dat zo effectief mogelijk te doen.

1. Stel een communicatieplan op om het MTO aan te kondigen. Dit verhoogt de participatie van de medewerkers. Gebruik bijvoorbeeld de zin: 'Door mee te doen aan het MTO kun jij je ideeën, opmerkingen of problemen over de organisatie kenbaar



maken. Daarmee heb je inspraak in veranderingen.' Gegarandeerd goed voor een hoge respons!

2. Maak het MTO een dynamisch onderdeel, waarmee je de bevoegdheid, betrokkenheid, motivatie en productiviteit van de medewerkers in kaart kunt brengen.

Wilt u meer informatie of ondersteuning in het uitvoeren van een MTO? Neem dan contact met mij op via info@dienstencentrum.com.

Leanne Janssen

KIJK VOOR ONZE
OPLEIDINGEN OP
WWW.STIVAKO.NL