



Boeingavenue 207
1119 PD Schiphol-Rijk

T (020) 543 56 88
F (020) 543 55 64

info@dienstencentrum.com
www.dienstencentrum.com
www.mediadienstencentrum.nl

de Uitgave

Ontwikkelingen in de communicatieindustrie

Het grafmediabedrijf in 2026

De vraag hoe een grafmediabedrijf er in 2026 uit ziet, staat centraal in het onderzoek naar ondernemerscompetenties dat op dit moment in het kader van het Thrive!-project wordt uitgevoerd. Daarbij gaat het niet alleen over toekomstscenario's, maar vooral ook over de benodigde competenties van de managers en medewerkers die dan nodig zijn.

Thrive!, met als ondertitel "ondernemersvaardigheden als solide basis voor een toekomst in de creatieve industrie", heeft als centrale doelstelling om (jonge) (vrouwelijke) ondernemers en bedrijven en hun werknemers in de creatieve sector, en in het bijzonder de grafische industrie, te stimuleren om door een transformatie- en innovatieproces te gaan en ze daarbij te ondersteunen.

Research-fase

Op dit moment zitten we in de research-fase, die resulteerde in typeringen van vijf verschillende bedrijven in de diverse stadia van ontwikkeling tot 2026. De vijf bedrijfstypen zijn: grafimedia, sign & display, verpakkingsbedrijven met minder dan 50 werknemers, gaming & webdesign en digitale marketingbedrijven. Voor ieder van deze bedrijfsprofielen komt er een beschrijving van kerncompetenties en vaardigheden die nodig zijn op bedrijfsniveau, op managementniveau en op het niveau van sleutelfunctionarissen.

Werkconferentie

Recent was er een werkconferentie van de partners in het project bij ons in Schiphol-Rijk. Met de business model canvas-methode zijn we de resultaten gaan analyseren. Stel je eens voor. Rijden wij in 2026 al in autonome auto's? Zo ja, hebben we dan nog bewegwijzering nodig? En wat betekent dit voor signbedrijven? En uw klant waarnaar u onderweg bent. Waarvoor gaat u naar hem toe? Verkoopt u nog drukwerk? Of geeft u hem advies over de communicatiestrategie en -kanalen en laat u het drukken over aan grote, efficiënte drukwerkfabrieken? En afrekenen, gaat dat niet meer per stuk, maar in percentage van het hogere resultaat dat de klant realiseert als gevolg van een succesvolle campagne?

Het business model canvas

Het Business Model Canvas bestaat uit negen bouwstenen en is een krachtig instrument om een businessmodel in kaart te brengen of uit te vinden. De structuur



ervan dwingt je na te denken over alle belangrijke onderdelen van het bedrijf. Blijft een onderdeel oningevuld, dan is er werk aan de winkel. Centraal in deze methode staan steeds de klant en welke waarde het bedrijf voor hem vertegenwoordigt. Het is de basis van elk succesvol businessmodel. Misschien een goed idee om deze methode eens in uw bedrijf toe te passen. Meer informatie over het Thrive!-project kunt u vinden op www.thriveproject.eu. Wilt u zelf aan de slag met uw toekomst en het Business Model Canvas, neem dan contact met mij op.

Frank den Hartog

KIJK VOOR ONZE

OPLEIDINGEN OP

WWW.STIVAKO.NL

In dienst van uw onderneming



PRODUCTIE

MARKETING

PERSONEEL

FINANCIËN

MANAGEMENT

Privacy in het personeelsdossier... lekker belangrijk!?

U heeft ongetwijfeld gehoord van de nieuwe Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) en weet dat u er 'iets' mee moet, maar ja... wat precies? HR-functionarissen houden zich er liever niet mee bezig, maar juist zij zullen goed op de hoogte moeten zijn van de "do's" en de "don'ts". Want de consequentie is een fikse boete, en daar zit niemand op te wachten.

Privacy en databeveiliging staan onderaan de lijst van HR-prioriteiten, maar met een paar simpele tips en trucs is het goed te doen. Want op zich zitten er niet heel veel nieuwe zaken in de nieuwe regelgeving. Vanuit de Wet Bescherming Persoonsgegevens is er al het een en ander vastgelegd. Het belangrijkste verschil met de nieuwe AVG is dat er vooral niet meer personeelsgegevens mogen worden vastgelegd dan strikt noodzakelijk. Er moet dus worden nagedacht over de vraag hoe en wat er wordt vastgelegd.

Toestemming vragen

Officieel is het zelfs zo dat u iedere werknemer om toestemming moet vragen om informatie van hem of haar in het personeelsdossier vast te leggen. Maar iedereen zal begrijpen dat dat natuurlijk niet helemaal 'eerlijk' is. In de relatie tussen werkgever en werknemer is er nu eenmaal geen sprake van gelijkwaardigheid. De werknemer staat namelijk onder het gezag van de werkgever, die zijn salaris betaalt. De werknemer kan zich hierdoor onder druk gezet voelen om toestemming te

geven voor gegevensverwerking en dus is dit geen toestemming uit vrije wil. Als werkgever kunt u dan andere grondslagen kiezen op grond waarvan u gerechtigd bent om bepaalde gegevens van uw werknemers te verzamelen. Bijvoorbeeld omdat de belastingdienst hierom vraagt.

Simpele spelregels

Er zijn een paar simpele spelregels, die elke HR-functionaris eenvoudig kan toepassen.

- Verzamel niet meer gegevens dan nodig. Gegevens moeten ter zake doen.
- Maak een helder overzicht van de HR-gegevens die u vastlegt van uw werknemers en informeer hen hierover. Bijvoorbeeld in een huishoudelijk reglement
- Zorg er voor dat de toegang tot digitale en fysieke HR-bestanden goed beveiligd is en leg vast wie waar toegang tot heeft.
- Bewaar gegevens niet langer dan nodig. Pas bij uitdiensttreding de bewaartermijnen toe van documenten. Ook dit kan via het huishoudelijk reglement gecommuniceerd worden.
- Maak toegang tot gegevens mogelijk, bijvoorbeeld via een medewerkersportaal. Werk-

nemers hebben het recht hun dossier in te zien en eventuele fouten te corrigeren.

- Sla geen informatie op die er niet in thuis hoort, zoals medisch inhoudelijke verzuimgegevens (zie ook de column van mijn collega Tobias over dit onderwerp). Informatie over verzuimfrequentie en re-integratie zijn wel toegestaan.
- Zorg dat de verantwoordelijkheid voor gegevens daar ligt, waar deze thuishoort en leg dit vast. Veel zaken horen thuis bij de direct leidinggevende (bijv. dossiers rond functioneren). Ook de toegang tot deze gegevens dient te worden beveiligd.

Heel belangrijk!

Kortom, als antwoord op de titel: Privacy in het personeelsdossier... lekker belangrijk!? Jazeker, heel belangrijk! In het bovenstaande korte overzicht kan ik uiteraard niet zo diepgaand de diverse details bespreken. Wilt u meer weten over dit onderwerp of hulp bij de invoering ervan in uw bedrijf? Neem dan gerust contact met mij op via e.bouwman@dienstencentrum.com.

Eva Bouwman-van Gelder



Ordermanager van de toekomst

De wereld om ons heen verandert in hoog tempo en daarmee verandert ook onze branche en de taken binnen het grafisch bedrijf. Een belangrijke schakel in het gehele grafische proces is de ordermanager. En ook zijn of haar werk zal er anders uit zien.

Als ordermanager ben je de coördinator tussen verkoop, productie en leveranciers van materiaal of van deelproducties. Rekening houdend met de hoge eisen van klanten en de prijzen die onder druk staan, is een goede coördinatie van groot belang voor een succesvol en winstgevend eindproduct. De ordermanager van de toekomst heeft een zeer breed takenpakket en kent naast de ins en outs van drukwerk ook

de belangrijkste aspecten van nieuwe media. De tijd dat alleen technische kennis voldoende was, ligt ver achter ons. Ook communicatieve en commerciële vaardigheden, planning en projectmanagement zijn essentiële elementen binnen de functie van ordermanager.

Eerst de mensen

Wij hebben gezien dat voor veel bedrijven de veranderin-

gen structurele vormen hebben aangenomen. Eerst zijn nu de mensen aan de beurt, voordat er weer in productieapparatuur wordt geïnvesteerd. De medewerkers moeten namelijk als team functioneren, optimaal samenwerken en over de juiste kennis en vaardigheden bezitten. Hieronder valt ook de investering in het ordermanagement. De opleiding 'Ordermanager van de Toekomst' van Stivako is klassikaal te volgen, maar voor een grotere impact op de organisatie bestaat ook de mogelijkheid tot het organiseren van de training in het bedrijf. Bij incompany-

trainingen worden opdrachten direct gericht op het verbeteren van de interne organisatie en het oplossen van een of meerdere knelpunten binnen het bedrijf. Dat geeft direct resultaat tijdens de opleiding.

Onderwerpen

Onderwerpen die onder andere aan bod komen zijn: Klanten & Commerciële Vaardigheden, Kennis van Cross Media, Interne processen en Projectmanagement. Kijk voor meer informatie en de startdata op www.stivako.nl.

Remco Glashouwer



Startdata opleidingen Stivako tot de zomer

Kijk op www.stivako.nl voor meer informatie of bel ons: 020 – 543 56 70. Om aan te melden voor onze nieuwsbrief: info@stivako.nl.

06-03-2018	Workshop Veilig met gevaarlijke stoffen
06-03-2018	Opleiding Informatiebeveiliging-basisveiligheid
07-03-2018	Opleiding Projectmanager Creatieve Industrie
20-03-2018	Opleiding Staf & Kader
09-04-2018	Commerciële Opleiding Verkoop & Advies
12-04-2018	Opleiding Introductie Grafimedia
17-05-2018	Kwaliteitcoördinator
17-05-2018	KAM-Coördinator
23-05-2018	Opleiding Management & Marketing 2018

Energie Prestatie Keuring (EPK)

In september 2013 sloot de Sociaal Economische Raad (SER) het Energieakkoord om de klimaatdoelstellingen van Parijs te halen. Onderdeel daarvan vormde de ontwikkeling van de Energie Prestatie Keuringen. Die EPK is het best te omschrijven als een Energie RI&E, die bedrijven snel inzicht geeft in mogelijke maatregelen in het kader van de wettelijke energiebesparingsplicht.

Er zijn steeds meer provincies die subsidiemogelijkheden aanbieden. Provincie Gelderland liep hierin voorop. Het Dienstencentrum en Blue Terra Energy Experts hebben het initiatief voor de grafische sector genomen om voor het MKB subsidie aan te



vragen; en met succes. Van de Omgevingsdiensten in Gelderland heeft het Dienstencentrum de goedkeuring gekregen om de EPK Creatieve Industrie (waarvan de grafische branche deel uit maakt) verder te ontwikkelen en in te zetten. In totaal hebben

32 bedrijven aan het EPK-pilot-project Grafimedia Gelderland deelgenomen, waardoor deze bedrijven zich alvast goed hebben voorbereid op de strenge handhaving, die vanaf 2018 gaat komen. Want volgens de Wet Milieubeheer moet elk bedrijf in Nederland aantoonbaar aan energiebeheersing doen. Dit staat nu ook zwart op wit in het Activiteitenbesluit, waar bijna alle gra-

fimediabedrijven onder vallen. En in hoeverre MKB-ondernemers die boodschap oppakken, wordt via gerichte handhaving gecontroleerd. De vraag is: in hoeverre heeft u zich al voorbereid op de plicht tot energieonderzoek? Wilt u hier meer over weten? Kijk dan op de website van het Dienstencentrum; of nog sneller: bel 020 – 543 56 88 en vraag naar Rand Hamam of Peter Tegel.



COLUMN



Mijn medische problemen

Ik ga iets met u delen dat mijn werkgever van de privacywet niet mag vastleggen. Maar ja, ik slinger het nu in de openbaarheid, dat scheelt. Ik heb een blessure aan mijn linkerhand. Ik vermoed een spierscheurtje in m'n muis, maar ik ben natuurlijk niet naar een arts ermee geweest. Dat is heel frustrerend, want ik kan een krat cursusmappen niet met een gerust hart tillen, niet meer tijdens een interne audit stiekem op het dak van een klant klimmen, en – nog het belangrijkste – gitaarspelen doet soms pijn. Voor dat laatste heb ik overigens nog geen zakelijke toepassing gevonden, suggesties zijn welkom.

Dan heb ik ook nog uitgebreide eetwensen. Ik ben namelijk allergisch voor veel fruit en noten. Appeltaart mag ik dan weer wel hebben. Dient het een 'vitaal belang' van mijn werkgever om dit vast te leggen, omdat hij ook liever geen adrenalinepen in me jast?

Samen met half Nederland was ik ook een flinke week goed verkouden of griepig rond de jaarwisseling. Grote kans dus dat bijna diezelfde helft van de werkgevers formeel de fout in is gegaan door geïnteresseerd te vragen 'wat heb je?' en erger nog, dit eventueel vast te leggen. Waardoor de wet overtreden wordt, wat dan weer een probleem is voor het privacybeleid en de informatiebeveiliging.

Dat was het zo'n beetje. U merkt, mijn problemen vallen wel mee. De potentiële schade voor mij op basis van deze informatie dus ook. Ik hoef niet de risicomanagementbril van (de P&O-functionaris van) een organisatie op te zetten. Op basis van mijn persoonlijke risicoanalyse kon ik deze gegevens dus wel met u delen. Wat ik niet met u heb gedeeld? Dat moet nog even geheim blijven.

Tobias op den Brouw

Colofon

de Uitgave
Frank den Hartog
Eva Bouwman

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

Adres
Dienstencentrum
Boeingavenue 207, 1119 PD Schiphol-Rijk
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

Privacy en Cybersecurity tijdens klantendag

Wanneer wij als Dienstencentrum actuele ontwikkelingen met u willen delen, organiseren wij een klantendag. Op 23 januari spraken wij met een vijftigtal geïnteresseerde ondernemers en P&O functionarissen. Aan bod kwam onder andere de Algemene Verordening Gegevensbescherming en wat elk bedrijf daarvoor verplicht moet doen - vóór 25 mei.



Naast verplichte documenten die u moet opstellen – zoals een register van gegevensverwerkingen en aantoonbaar akkoord van mensen dat u hun gegevens gebruikt – bleek vooral de verwerkersovereenkomst tot veel vragen te leiden. De wet stelt een aantal verplichtingen, maar laat ook ruimte voor flexibiliteit. Die flexibiliteit 'misbruiken' klanten nogal eens door u aansprakelijk te maken voor teveel risico's. Onze adviseurs zien dat vaker in de overeenkomsten die wij voor klanten beoordelen en aanpassen. Wij raden KVGGO-leden dus aan de modelovereenkomsten die Dienstencentrum en KVGGO voor u hebben opgesteld als vertrekpunt te nemen.

In kaart brengen

Welke methode u ook gebruikt om de verplichtingen van de AVG in kaart te brengen en de contracten met uw klanten vast te vaststellen, u wilt óók dat uw

bedrijf niet stilstaat door een security-probleem. Daarom introduceerden wij de Data Security Risico Inventarisatie en Evaluatie. Daarmee maakt u het Plan van Aanpak om uw risico's onder controle te houden. Daarbij stelt u het overzicht van de relevante gegevens en het verplichte register van verwerking vast, verdeelt u taken voor uw medewerkers en registreert u incidenten die u mogelijk moet melden vanwege de meldplicht datalekken. Ik nodig u van harte uit om contact op te nemen – u kunt nog de nodige stappen zetten vóór 25 mei.

In de planning

Ook goed om te weten – in mei hebben we weer een klantendag in de planning. Dan is onder andere onze nieuwe aanpak voor de Ordermanager van de Toekomst één van de onderwerpen.

Tobias op den Brouw