



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

deUitgave

Ontwikkelingen in de communicatieindustrie

Grafimedia in transitie!

Hoewel de banken voor volgend jaar een stijging van het volume drukwerk van circa twee procent prognosticeren blijft de grafimedia een sector in beweging. Deze dynamiek is het gevolg van overcapaciteit, die een structurele druk legt op de prijzen.

Daarnaast veranderen de klantbehoeften wat betreft de inzet van drukwerk en print, ict, logistiek, communicatie en marketing. Ontwikkelingen die vragen om visie, nieuwe organisatievormen en competenties.

Competenties

Het actief ontwikkelen van een visie ten aanzien van de effecten van deze veranderende klantbehoeften op de eigen organisatie is een vereiste. De transitie van het bestaande bedrijf naar een nieuwe organisatie die aansluit bij de (toekomstige) klanteisen kan alleen slagen als de competenties van bedrijf en haar medewerkers daarbij aansluiten. De "zichtbaarheid" bij de klant is essentieel voor het laten slagen van een transitie van een grafisch bedrijf naar een onderneming met nieuwe producten en diensten en een bijbehorend businessmodel.

Succes

Om op langere termijn succesvol te blijven, is het volgens de banken noodzakelijk dat de bedrijven

in onze sector "zich volledig focussen op hun onderscheidend vermogen in relatie tot de klantbehoefte. ICT en aanverwante (online) dienstverlening bieden hiervoor volop kansen". Een crossmedia-aanbod en meer persoonlijk communiceren is daarbij van groot belang. Een sleutelwoord hierbij is samenwerking. Zowel binnen de sector als met branchevreemde partijen, zoals ict- of logistieke bedrijven, communicatiebureaus of eventorganisatoren. Een mooi voorbeeld van samenwerking gaf een aantal studenten die bij het vak projectmanage-

ment een studie hebben gedaan naar genoemde ontwikkelingen. Zij kwamen met een mogelijke oplossing om samenwerking vorm te geven in de vorm van de coöperatie. Bedrijven kunnen hierin met elkaar samenwerken, maar ook nieuwe verdienmodellen ontwikkelen. Het ontstaan van deze crossovers biedt kansen voor grafimediabedrijven (zie ook het artikel verderop in deze Uitgave).

Maar om zover te komen vraagt visie, ondernemerschap en durf. De kritieke factor is het hebben én succesvol implementeren van een transitiestrategie met een directie(team) met de competenties om de transitie te gelde te maken.

Frank den Hartog



KIJK VOOR ONZE

OPLEIDINGEN OP

WWW.STIVAKO.NL

In dienst van uw onderneming



PRODUCTIE

MARKETING

PERSONEEL

FINANCIËN

MANAGEMENT

De EPK Creatieve Industrie is een feit

Door het ondertekenen van het Klimaatverdrag van Parijs moeten we de uitstoot van broeikasgassen sterk aan banden leggen. Dus ook u! De oplossing: ga met energiereductie aan de slag. Nu kan dat nog op vrijwillige basis en vaak met subsidie.

Op 13 en 19 september zijn 32 bedrijven in Nederland begonnen met de uitvoering van hun eerste EPK-onderzoek. Deze Energie Prestatie Keuring is bedoeld om snel te achterhalen welke energiebesparende maatregelen wettelijk noodzakelijk zijn en ook nog eens

geld opleveren. Deze grote groep van bedrijven volgt een kleinere pilotgroep (van 20 bedrijven), die een jaar geleden hebben meegedaan met het Europese EMSPI-project: ontwikkelen van een sectorspecifieke ENERGIE RI&E (net zoals de welbekende ARBO



RI&E) en een praktisch energie-managementsysteem.

Niet vrijblijvend

Het uitvoeren van een EPK is niet vrijblijvend. Al sinds 1993 wordt vanuit de Wet milieubeheer van bedrijven verwacht dat zij een alle mogelijke energiebesparende maatregelen onderzoeken. Dat u dit wellicht nooit heeft gedaan en u daar ook nog nooit op gewezen bent, ontslaat u echter niet van de verplichting daar alsnog mee te beginnen.

Elke branche mag haar eigen EPK ontwikkelen, waardoor de herkenbaarheid, bruikbaarheid en acceptatie toeneemt. Ook de Grafimedia heeft dit gedaan door samen met andere sectoren uit de branche de EPK Creatieve Industrie te ontwikkelen. Deze is volledig verbonden met de ARBO RI&E Grafimedia, wat voor veel ARBO RI&E-gebruikers onnodig



werk voorkomt. Tevens werkt het programma identiek als de ARBO RI&E, wat u verzekert van een hoog gebruikersgemak.

Tot 1 januari

De overheid geeft het MKB tot 1 januari 2020 de tijd om op vrijwillige basis een EPK in te vullen. Als op dat moment niet minimaal 70% van het MKB een EPK heeft gedaan, komt er harde wetgeving. Aan u om te bepalen of u stil blijft staan, of nu al actief aan de slag gaat.

Ons advies: wacht niet op de handhaving, maar neem de regie in eigen hand. Maak gebruik van de EPK Creatieve Industrie en ga aan de slag nu het nog in uw eigen tempo kan. Ga snel naar epkcreatieveindustrie.nl en maak kennis met de splinternieuwe EPK van onze branche.

Peter Tegel

Toekomstvisie grafische sector

In het kader van het vak Projectmanagement van de opleiding Staf & Kader Creatieve Industrie, kregen de cursisten in het voorjaar van 2017 de opdracht om een presentatie voor te bereiden en een spel te ontwikkelen over de aspecten van de noodzakelijke transitie van grafische bedrijven.

Wat de toekomst brengt voor de grafische sector is de grote vraag waar alle grafische bedrijven zich het hoofd over buigen. Eén ding is zeker: De markt groeit licht; voor 2018 is er maar liefst 980 miljard omzet aan drukwerk in de wereld voorspeld. Maar hoe ga je het aanpakken om hiervan een graantje mee te pikken? Als we niet met die vraag bezig zijn, lopen we het risico om opgeslokt te worden of erger nog: ten onder te gaan.

Hoewel er meerdere wegen zijn die naar succes kunnen leiden, kwam er tijdens het onderzoeken van bovenstaande vragen steeds één oplossing bij ons naar boven: samenwerken. We moeten de krachten en specialismen bundelen en ons sterker in de markt positioneren.

Coöperatie

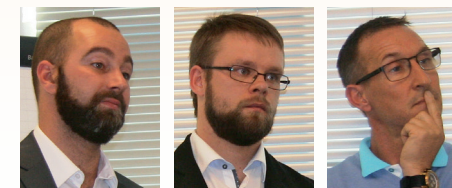
Op zoek naar een antwoord op de vraag hoe die samenwerking dan vorm zou moeten krijgen, hebben wij voor ons project de mogelijkheid van een “coöperatie” onderzocht. Dit is een bedrijfsvorm die al uit de achttiende eeuw dateert, maar vandaag de dag misschien nog wel actueler is dan ooit tevoren, dus waarom zou dat niets voor

de grafische sector zijn? We moeten zoeken naar sterke, gezonde bedrijven, die ieder met hun eigen grafische specialiteiten bereid zijn zich aan te sluiten bij de coöperatie. De nieuwe bundeling aan kennis van de verschillende bedrijven vormt het hart van de coöperatie. Dit klinkt gemakkelijk, maar er komt veel bij kijken. Er moet een bestuur aangesteld worden en er moeten afspraken gemaakt worden die aan alle wettelijke bepalingen moeten voldoen.

Stuk sterker

Er zijn veel voordelen, maar ook net zoveel nadelen, dus onderzoek heel goed voordat je participeert in een coöperatie. Er is veel informatie te vinden op het internet, maar er zijn ook diverse coöperatie-adviseurs die je kunnen helpen en wegwijs kunnen maken in deze bedrijfsvorm.

Met al deze gebundelde kennis staan we wel een stuk sterker in de markt dan wanneer we alleen staan. Kennis is immers macht. Door de bundeling van kennis en de grotere capaciteit in een coöperatie ben je in staat om grotere bedrijven aan te spreken en om mee te dingen naar grotere projecten.



De studenten Staf en Kader 2017 (vlnr): Koen Besteman - Intergrafipak, Giedrius Stacinkas - Bax Speciaal Drukkerij, Jan Dooren - Drukkerij Brummelkamp.



Van competent naar rendement

De afgelopen jaren is de werkgelegenheid in de grafmediasector fors gekrompen. Het economisch tij lijkt echter te keren. “Nederland versterkt positie van meest concurrerende economie in Europa” kopten de kranten onlangs. Maar hoe pakt u dat in uw eigen onderneming aan?

Er zijn meer wegen die naar Rome leiden, maar één daarvan is investeren in competenties van leidinggevend en medewerkers. Competenties zijn een mix van kennis, vaardigheden en gedrag. Een optimale match tussen ambities, mogelijkheden en talenten van medewerkers aan de ene kant en de missie, visie en doelstelling van de organisatie aan de andere kant, leidt tot verbetering van het resultaat. Heel mooi, zult u zeggen, maar hoe doe je dat dan? Kort gezegd: door per functie de gewenste competenties in kaart te brengen aan de hand van de eisen die het management van de organisatie aan de functie(s) stelt. Dat begint met een duidelijke functie- en taakbeschrijving. Wat zijn de (kern)taken van de medewerker in een bepaalde functie? Als dat duidelijk is, kan in kaart worden gebracht welke competenties, bijvoorbeeld communicatieve vaardigheden, nauwkeurigheid of initiatief, nodig zijn om het werk goed en effectief te kunnen doen.

Goed en effectief wil zeggen: een bijdrage leverend aan de organisatie-doelstellingen.

Pluspunten

Een van de pluspunten om te werken met functiebeschrijvingen en competenties is dat het transparantie en duidelijkheid biedt bij functionerings- en beoordelingsgesprekken. Het brengt een dialoog op gang tussen medewerkers en leidinggevend. En het geeft inzicht in welke ontwikkeling of opleiding een werknemer nodig heeft en welke talenten beter benut kunnen worden. Met als resultaat meer duidelijkheid, een effectievere werkwijze, meer werkplezier en meer rendement.

Het Dienstencentrum helpt u graag met het opstellen van functiebeschrijvingen en in kaart brengen van competenties. Neem voor meer informatie contact op met Margreeth Colenbrander (m.colenbrander@diensten-centrum.com of 020-5435688).

Nieuwe FSC-standaard

Op 1 april 2017 heeft FSC International een nieuwe FSC-standaard gepubliceerd.

Zoals bij iedere herziening krijgen gecertificeerde bedrijven één jaar de tijd om aan de nieuwe FSC-standaard te voldoen. Die kent een aantal wijzigingen, maar kenmerkt zich voornamelijk door de herindeling van de hoofdstukken. Omdat nieuwe criteria hierdoor lastiger zijn te achterhalen, hierbij een aantal belangrijke wijzigingen waaraan ieder FSC-gecertificeerd bedrijf moet voldoen vóór 1 april 2018:

- Er dient een klachtenprocedure aanwezig te zijn, op basis van de door FSC International vastgelegde stappen.
- Het bedrijf dient bekend te zijn met de transactieverificatie, die uitgevoerd kan worden door de certificerende instantie en Accreditation Services International (ASI).
- Bedrijven die ook gecertificeerd zijn voor andere bos certificeringsschema's (zoals PEFC) moeten kunnen aantonen dat ingekochte hoeveelheden niet meerdere keren worden geteld bij de verkochte producten.

- Bedrijven die gelabelde FSC-eindproducten verkopen aan het einde van de handelsketen (bijvoorbeeld retailers, uitgevers) mogen, onder bepaalde voorwaarden het percentage of de kredietinformatie in verkoopdocumentatie weglaten (bijvoorbeeld de “FSC Mix”-claim gebruiken in plaats van “FSC Mix 70%” of “FSC Mix Credit”). Wat de afgelopen jaren opvalt bij wijzigingen of herzieningen in de FSC-norm is dat de gecertificeerde bedrijven lang ‘modderen’ met het invoeren daarvan. Voornamelijk wordt afgewacht tot de FSC



auditor is geweest en op basis van de tekortkomingen actie gaat ondernemen. Deze afwachter houding kost bedrijven vaak meer tijd en geld dan een gedegen voorbereiding op de nieuwe criteria. Het aanpassen van het FSC Handboek en het trainen van betrokken medewerkers zijn vaak eenvoudig te realiseren.

Remco Glashouwer



COLUMN

Hoe uw concurrent te hacken

Ik wil natuurlijk niet uitlokken dat u een misdrijf begaat. Vergeet de titel dus even: daar stond eigenlijk 'hoe eenvoudig u door uw concurrent gehackt kan worden'. En dat is beangstigend makkelijk. Daar hoeft iemand niet zoveel voor te doen. Het handige van de cloud is namelijk dat een hackaanval gewoon op bestelling mogelijk is. Een aantal jaar geleden kon je misschien het beste een automatisch tooltje downloaden via BitTorrent (nu teveel malware) of een dark website. De laatste jaren hoeft dat niet meer én wordt je gepakt als je het zelf doet. De 'cloud' en technologie als Tor (anoniem internetgebruik) en Bitcoins (anoniem betalen) hebben Malware-as-a-service volwassen gemaakt. Daarbij zijn niet alleen Windows-computers kwetsbaar. Google bijvoorbeeld eens naar MacSpy of DirtyCOW. Ransomware is een miljardenindustrie.

Buitenstaanders zijn op dit moment uw organisatie aan het aanvallen – onder andere via de poorten waardoor uw medewerkers buiten het bedrijf kunnen werken. Automatische tools maken dit makkelijk en goedkoop – u hoeft echt niet 'bijzonder' meer te zijn om een aantrekkelijk doelwit te zijn. U heeft een kwaadwillende namelijk tenminste uw computernetwerk of enkele honderden euro's per computer te bieden.

Wat nu te doen met dit 'nieuwe normaal', zeker als u geen eigen ICT-medewerkers heeft? Wat een ander bij u kan proberen, kunt u ook bij uzelf (laten) doen. Laat uw ICT-leverancier eens aan u rapporteren wat de uitkomsten waren van de laatste keer dat hij zijn producten liet testen.

Wil hij dat niet? U kunt aanbieden hem op uw kosten te laten aanvallen. :-)

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

Welke gevaarsymbolen moet ik gebruiken?

Per 1 juni 2017 is de CLP Verordening (EG) 1272/2008 van kracht. Hiermee komt een einde aan een overgangperiode van twee jaar, waarin etikettering volgens de Stoffenrichtlijn 67/548/EEG en de Preparatenrichtlijn 1999/45/EG nog was toegestaan (de welbekende vierkante oranje gevaarsetiketten).

CLP staat voor Classification, Labeling and Packaging en is gebaseerd op het Globally Harmonised System of Classification and Labelling of Chemicals, overeengekomen door de Verenigde Naties. De CLP-verordening stelt regels aan de indeling, etikettering en verpakking van chemische stoffen. Alle chemische producten dienen voorzien te zijn van een etiket volgens de CLP Verordening. Het gaat om de ruitvormige gevaarsetiketten met een rode rand. Producten met 'oude' etiketten mogen niet meer op de markt gebracht worden, of moeten opnieuw geëtiketteerd worden, conform CLP.



Huidige voorraad

Belangrijk om te weten is dat uw huidige voorraad ook dient te voldoen aan de CLP-verordening. Benader dus uw leveranciers wanneer u nog chemicaliën ontvangt met oude etiketteringen en zorg er voor dat uw 'oude' voorraden worden voorzien van de juiste etiketten.

Maar dat is officieel niet voldoende: u moet ook de oude R- (risico) en S- (voorzorgmaatregelen) zinnen vervangen door de H- en P-zinnen. U bent er als gebruiker namelijk verantwoordelijk voor dat de voorraden en chemicaliën die u gebruikt voldoen aan de eisen. Is dit niet zo, dan brengt

dit u direct in verlegenheid bij bezoeken van het Bevoegd Gezag of een auditor van een Certificatie Instituut. Neem daarom met spoed contact op met uw leverancier als blijkt dat u nog steeds met emballage werkt waarop oude gevaarsetiketten prijken, of dat u nog steeds over verouderde veiligheidsinformatiebladen beschikt.

Stuk sterker

Uw opslagvoorziening voor gevaarlijke stoffen dient aan de buitenzijde ook te zijn voorzien van duidelijk zichtbare waarschuwborden, die het gevaar van de opgeslagen gevaarlijke stoffen aanduiden. Over welke gevaarsborden u nodig heeft, is de wet niet echt duidelijk. U mag kiezen uit drie typen borden. Maar, om het eenvoudig te houden, kunt u het beste dezelfde gevaarsaanduidingen gebruiken als op uw verpakking staat: de ruitvormige gevaarspictogrammen met rode rand, die in de CLP-verordening zijn voorgeschreven. Die begrijpt iedereen in uw bedrijf.

Rand Hamam