



de Uitgave

ONTWIKKELINGEN IN DE COMMUNICATIEINDUSTRIE

Veranderen en vernieuwen

Het COVID-9 virus heeft enorme economische en maatschappelijke impact. Het virus veroorzaakt over de gehele wereld ellende en boezemt eenieder angst in voor zowel de eigen gezondheid als de financiële toekomst. De lock down-maatregelen brengen de economie op zijn zachts gezegd een flinke opdoffer toe. En wat het ons de komende maanden gaat brengen, is nog ongewis.

Steunmaatregelen

De overheid, maar ook onze sector heeft tot nu toe voor een flink aantal steunmaatregelen gezorgd. Het begon met NOW1 en de Tegemoetkoming vaste lasten (TOGS/€4000,-). Vervolgens kwam NOW2 en 3 en Tegemoetkoming-vaste-lasten (TVL). Verder is er nog de TOZO-regeling voor bijstand voor ondernemers en de diverse belastingmaatregelen en de kredietverstrekkingmogelijkheden aan ondernemers.

Sectorsubsidies

Ook de sector draagt bij, samen met de activiteiten vanuit de overheid. Er wordt flinke ondersteuning gegeven

in de vorm van subsidies, die gericht zijn op toekomstgericht leren, omscholen en bijscholen. Waarom dat en waarom nu? Juist in deze tijd van crisis gaan mensen bedrijven verlaten, wordt er geoptimaliseerd, bezuinigd, nieuwe diensten ontwikkeld en geïnvesteerd.

Met betrekking tot ondersteuning kunt u aan de volgende mogelijkheden denken:

- 85% subsidie op begeleiding bij Duurzame Inzetbaarheid;
- 50% subsidie op opleidingen via het A&O fonds;
- 85% subsidie op Toekomstgericht scholen.
- MKB-idee: 100% subsidie gedragsverandering leercultuur;
- NL Leert door (NOW2.0).

Erger voorkomen

Dit enorme vangnet zal voor

een aantal bedrijven voorlopig erger voorkomen, maar ondanks de toegenomen creativiteit en flexibiliteit zal deze crisis diepe sporen nalaten in en buiten onze sector.

De omvang waarmee COVID-19 om zich heen heeft gegrepen, doet de vraag rijzen over hoe wij in de toekomst met dergelijke risico's moeten omgaan en wat de rol is van u als ondernemer of manager, zeker gezien onze huidige open samenleving.

Na regen...

Het kenmerk van een ondernemer is dat hij/zij voortdurend en naast elkaar bezig is met drie dingen, namelijk continueren, veranderen en reorganiseren. In de komende periode zal mijns inziens vernieuwen en veranderen centraal staan. Of de organisatie krimpt, in omvang stabiel blijft of zal groeien, voor de mensen in die organisatie zal het betekenen dat de organisatie in haar omgeving gaat veranderen of ontwikkelen en dat zij mee zullen moeten



veranderen of ontwikkelen. Je hebt het dan direct over veranderende competenties (kennis, vaardigheden en attitudes). En dat betekent op zijn beurt leren, of, als dat niet (meer) lukt, misschien wel vertrekken en van baan veranderen. Samen leren/ontwikkelen en samen in beweging komen, is dan ook het devies. Kunt u hulp gebruiken bij dat leren en ontwikkelen, kijk dan goed naar de eerder genoemde ondersteuningsmogelijkheden.

Ik wens u veel wijsheid en succes in de komende periode. Ook na regen komt er weer een keer zonneschijn.

Frank den Hartog, directeur





De bomen in het bordenbos

Als arbo-adviseur kom ik bij veel bedrijven over de (productie)vloer. Daar maak je vaak situaties mee die vragen om extra uitleg of toelichting. Het leuke daarvan is, is dat ik er dan weer een stukje over kan schrijven. Zoals nu, over het gebruik van pictogrammen en signaleringsborden.

Eigenlijk is de basis redelijk eenvoudig. Het is net als met leren autorijden. De regels worden visueel weergegeven door gebruik te maken van verkeersborden, in diverse kleuren en vormen. Zo ook in onze sector. Alhoewel onderstaande niet alleen is toegespitst op de grafimedia, maar gewoon landelijke wetgeving is. Kortom; kleur en vorm zijn de basis. Niet alleen voor werkgever, maar juist ook voor de werknemer.

Kleuren maken het verschil

De volgende veiligheidskleuren worden onderscheiden bij signaleringsborden:

- de kleur **rood** = een **verbodssignaal** of **gevaar**
- de kleur **geel of oranje** = een **waarschuwingssignaal**
- de kleur **blauw** = een **gebodssignaal**
- de kleur **groen** = een **reddingssignaal**, een eerste **hulp**signaal of een **veilige** situatie.

Kleuren en vormen

De Arbeidsomstandigheden-regeling (artikel 8.10 'soorten borden') geeft een duidelijke beschrijving van deze vormen. Hiernaast een opsomming van de meest relevante voor onze sector, waarbij kleur gelijk wordt meegenomen, inclusief een herkenbaar voorbeeld:

Gevaarlijke stoffen

Voor het gebruik van gevaarlijke stoffen zijn er afspraken gemaakt op het niveau van de Verenigde Naties en is er een aparte etikettering samengesteld. Deze heet GHS (*Globally Harmonised System of Classification and Labelling of Chemicals*) en gaat over de manier van indelen, de kenmerken en etikettering van chemische stoffen en preparaten. Daarmee is er wereldwijd één systematiek. Wel zo handig! Meer informatie over deze etikettering vindt u in de Arbo themacatalogus 'Gevaarlijke Stoffen'.

Meer weten? Ik help u graag verder!
Mail mij op e.bouwman@diensten-centrum.com.

Eva Bouwman

	Verbodsbord: ronde vorm, een zwart pictogram op witte achtergrond, rode rand en balk die van links naar rechts over het pictogram loopt
	Waarschuwbord: driehoekige vorm, een zwart pictogram op gele achtergrond en een zwarte rand
	Gebodsbord: ronde vorm, een wit pictogram op blauwe achtergrond
	Reddingsbord: rechthoekige of vierkante vorm, wit pictogram op groene achtergrond
	Brandbestrijdingsbord: rechthoekige of vierkante vorm en een wit pictogram op rode achtergrond

CO₂ biedt kansen voor duurzaam communiceren!

Het is niet altijd even makkelijk om onderscheidend te zijn ten opzichte van de concurrent. Op prijs/prestatie, leverbaarheid, flexibiliteit en productaanbod is het steeds moeilijker om je te onderscheiden. Blijft over: duurzaamheid.

Uit onderzoek blijkt dat duurzaamheid en MVO al een aantal jaar belangrijke strategische pijlers van bedrijven zijn. Duurzaamheid en MVO zijn echter helaas niet altijd even tastbaar, maar wordt dat wel door het berekenen van de CO₂-voetafdruk van uw bedrijf en van een specifiek product.

Onderscheidend vermogen

Het maken van een CO₂-voetafdruk kan eenvoudig via ClimateCalc en biedt onderscheidend vermogen voor u én voor uw klant om aantoonbaar duurzaam te communiceren. ClimateCalc (www.climatecalc.eu) is een Europees systeem om de CO₂-voetafdruk te kunnen berekenen. Ontwikkeld voor de grafmediabranche volgens de geldende ISO-normen voor CO₂-berekenin-

gen. ClimateCalc sluit naadloos aan bij de dagelijkse praktijk én maakt specifieke productberekeningen tot in detail mogelijk. Van standaard drukwerk zoals een folder, magazine of boek tot en met het bedrukken van hout, kunststof, glas, metaal, etc. (zie kader). Hierdoor is ClimateCalc een unieke methode en kan er ook een vergelijking gemaakt worden van de CO₂-afdruk tussen verschillende substraten. De eerste stap is het daadwerkelijk berekenen van uw bedrijfseigen CO₂-voetafdruk. De tweede stap is het berekenen van de CO₂-voetafdruk van een specifiek product. Op beide momenten is het van belang om te analyseren welke maatregelen genomen kunnen worden om de CO₂-voetafdruk te verlagen. De derde stap is

het compenseren van de voetafdruk waar u verantwoordelijk voor bent óf het aanbieden van compensatie van de orderspecifieke voetafdruk van de klant. Meer weten over CO₂-berekeningen of wilt u een demo over ClimateCalc, dan kom ik graag in contact met u.

Remco Glashouwer

CO₂-voetafdruk van alternatieve substraten

CO₂-voetafdrukberekeningen zeggen iets over de CO₂-impact van een bedrijf en haar producten. Via ClimateCalc kon al een geaccrediteerde berekening gemaakt worden van op papier en karton bedrukt materiaal. Na intensief onderzoek door de Stichting Certificatie Creatieve Industrie (kortweg SCCI) kan dit vanaf nu ook voor elk ander type substraat, zoals kunststoffen, textiel, hout of metaal. Om de CO₂-emissies te kunnen berekenen, is onderzoek naar de levenscyclus van een product noodzakelijk. Hiervoor is de internationaal erkende database van Ecolnvent aangeschaft. Deze database bevat datasets van 4.700 grondstoffen, waarmee de SCCI de CO₂-impact kan doorrekenen en een gevalideerd Substraat Profiel kan afgeven voor productcalculaties. Dit kan met recht een grote stap voorwaarts genoemd worden, omdat hiermee voor het eerst geaccrediteerde productcalculaties gemaakt kunnen worden via ClimateCalc.



Geen toelichting, maar koffie

Vanuit het Dienstencentrum reis ik stad en land af om het begrip *Lean* te verspreiden. Maar waarom doe ik dat eigenlijk?

Mijn missie is de grafische branche gezonder te maken. Elk bedrijf staat onder grote druk van concurrentie op prijs. Sommige overleven omdat hun klanten trouw zijn door de garantie op superkwaliteit en service. Maar ook bedrijven die het goed doen, verspillen nog behoorlijk veel tijd en geld. *Lean* is

een manier van kijken naar de dagelijkse werkzaamheden. Eigenlijk niets anders dan gezond boerenverstand, maar vaak zo voor de hand liggend, dat men er overheen kijkt of stapt.

Complimenten terug

Laat ik als voorbeeld het overleg tussen drukkers en ordervoorbereiders nemen. Mail me als het volgende niet voor jouw organisatie geldt, dan stuur ik je mijn complimenten terug. En bel me als dit wel voor jouw organisatie geldt, want

dan is er nog veel winst te behalen: "Een order is aangemaakt en in de (hopelijk digitale) planmodule gezet voor de productie. De wensen van de klant kwamen wellicht nog van een post-it van de afdeling verkoop, maar jij hebt daar toch een mooie duidelijke order van kunnen maken. Je loopt nog even langs de drukker om de wens van de klant en het bijzondere van deze bestelling uit te leggen. Die is blij met de uitleg en maakt er een prachtproduct van. Bij een andere order loopt de



drukker nog even bij je langs met een vraag, of hij het goed begrijpt. Voor-komen is immers beter dan genezen." Dat klopt, maar in beide gevallen zijn deze personen minstens 15 tot 30 minuten betrokken en eventuele andere collega's net zo lang afgeleid. Nu tijdens Corona merk ik een hele mooie trend en dat is precies waar ik met passie stad en land voor afreis...

In een keer goed

Doordat ordervoorbereiders en DTP'ers veelal thuiswerken, is overleg met de drukker opeens minder gemakkelijk geworden. Ja, men mist het persoonlijke

contact, maar het effect is aanzienlijk. Door alles in één keer goed in te voeren en duidelijk over te brengen, hoeft dat extra beetje uitleg eigenlijk helemaal niet. Wat er in het systeem staat, is een feit geworden. Geen twijfel, geen heen-en-weergeloop en geen afleiding van collega's. Superefficiënt, hou dat vast. Dit is dé manier om fouten en zelfs verspilling te voorkomen. Zoek elkaar liever op voor een kop koffie om het weekend te bespreken, want een leuke werksfeer zorgt nog eens voor 5% efficiëntie voor de organisatie.

Anne Schneider, adviseur



Peter Huisman, adviseur bij het Dienstencentrum.

TRANSATLANTISCHE DATA

Heb je net bij een klant uitgelegd dat je bedrijven binnen *Privacy Shield* mag 'vertrouwen', krijg je een *push*-bericht dat het Europees Hof de overeenkomst ongeldig heeft verklaard. Er is lang onderhandeld over *Privacy Shield*, nadat de voorganger *Safe Harbor* ook al ongeldig was verklaard. Maar wat is *Privacy Shield* en wat betekent deze uitspraak van het Hof? *Privacy Shield* was een overeenkomst tussen de Verenigde Staten en Europa, die (kort gezegd) regelde hoe omgegaan wordt met privé-gegevens van Europeanen. Omdat behoorlijk wat tech-bedrijven, zeker als het gaat om social media, Amerikaans zijn, is het voor beide partijen goed om de Europese wetgeving verankerd te hebben in het transatlantische dataverkeer. Dit maakte het mogelijk gebruik te maken van email-, marketing- of clouddiensten die gevestigd zijn in de VS. De paraplu waarmee dit geregeld was, heeft de storm dus niet overleefd.

Nu hebben de meeste grote jongens in het verleden voor de zekerheid ook al aangegeven te voldoen aan SCCs (*Standard Contractual Clauses*) en worden daar ook op gecontroleerd. Hiermee geven de bedrijven aan minimaal te voldoen aan alle eisen die de EU stelt aan niet-EU bedrijven. Mailchimp, LinkedIn, Microsoft, Google hebben het standaard al geregeld voor u. Bij Adobe moeten bedrijven het specifiek aanvragen, terwijl Dropbox zegt nog steeds te voldoen aan *Privacy Shield*. Nu liggen ook de SCCs nog onder vuur. Die kunnen alleen worden afgesloten als het onderliggende land voldoende zekerheden kan geven dat er niet zomaar in de gegevens gekeken kan worden... hmmm... misschien moet ik de *Foreign Intelligence Surveillance Act* nog maar even hierop nalezen (noot: al gedaan). Ik laat mijn *push*-berichten nog maar even aan staan.

Peter Huisman

STARTDATA OPLEIDINGEN STIVAKO NA DE ZOMER

Startdatum	Opleiding
04-11-2020	Projectmanager Creatieve Industrie
Startdatum	Traningen
06-10-2020	COVA-BI (ordermanager van de toekomst)
29-10-2020	Functioneren & Beoordelen
02-11-2020	Effectief Verkopen voor MKB Bedrijven
04-11-2020	Preventiemedewerker
Startdatum	Workshops
18-11-2020	FSC®Handelsmerkgebruik

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.



MKB-ondernemers krijgen er steeds meer secundaire taken bij als het gaat om wet- en regelgeving (veiligheid & gezondheid, data security, energie, corona, etc.), terwijl ze eigenlijk hun tijd willen besteden aan wat echt belangrijk is: klanten tevreden stellen en concurrenten te slim af zijn. Gelukkig is er een oplossing.

De uitvoering van Kwaliteit-, Arbo- en Milieu-taken lag in het verleden bij een KAM-coördinator of werd verdeeld onder leidinggevendenden op de werkvloer. Maar die hebben door de werkdruk van de eigen werkzaamheden tegenwoordig vaak onvoldoende tijd om op de hoogte te blijven van de nieuwste eisen en regels, waardoor taken niet meer uitgevoerd worden en de nodige risico's ontstaan. Denk aan de bedrijfsrisico's bij een bedrijfsongeval als de Arbo RI&E niet is bijgehouden. Of de aandacht voor het kwaliteit- en of milieumanagement systeem is achtergebleven vanwege andere prioriteiten op de werkvloer en uw certificaten (die voor uw klanten belangrijk zijn) worden geschorst.

Werk uit handen

Een huisadviseur is in dit soort gevallen vaak een goede oplossing. Die komt niet wekelijks of maandelijks langs om kwaliteit-, arbo- of milieutaken uit te voeren, maar doet het werk waar de MKB-ondernemer of mede-

werkers niet aan toekomen. In de praktijk volstaat één bezoek per kwartaal of zelfs per jaar al om heel veel werk uit handen te nemen. Werkzaamheden waar de huisadviseur niet aan toe komt, worden op de duidelijk omschreven actielijst gezet voor het volgende bezoek of om door te spreken met de ondernemer of een medewerker.

Geen onnodige risico's

Wilt u kennismaken met een huisadviseur met branche-kennis? Wij komen ook in deze tijden bij u langs. Wij hanteren een duidelijk 'Corona-protocol' op basis van de richtlijnen van het RIVM, waardoor een persoonlijk bezoek zeker mogelijk is. Wenst u geen persoonlijk bezoek, maar een video-afspraken met één van de adviseurs, dan is dat ook mogelijk. Zorg er in ieder geval dat u niet onnodig risico's loopt, die eenvoudig verholpen kunnen worden door het periodiek inschakelen van een huisadviseur.

Remco Glashouwer, adviseur

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