



de Uitgave

Ontwikkelingen in de communicatieindustrie

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

Stivako, Hair & Beauty



Op 22 maart jl. organiseerde Stivako samen met het ROC Amsterdam de "Final conference" van het project Groene Salon. Dat ging over het werken met gevaarlijke stoffen, een onderwerp dat ook in grafisch Nederland nog steeds actueel is.

Vanuit een technische hogeschool uit Aarhus, Denemarken, zijn wij gevraagd te participeren in een pilotproject over duurzaamheid in de grafimedia- en in de Hair and Beauty-sector. En dat was een schokkende ervaring! Want de carrière van een kapster in Denemarken duurt gemiddeld elf jaar (inclusief opleiding!) voordat zij uitvalt met gezondheidsklachten. In Nederland is dit zo'n 12,5 jaar. Voor mij reden om via Stivako een Europees vervolgproject te initiëren om hier iets aan te doen. Dit *Future Skills & Sustainable Development in the Green Salon*-project heeft als doel om innovatieve manieren van leren over duurzaamheid te ontwikkelen en om duurzaamheid bij scholen en ondernemingen in de Hair & Beauty-sector te stimuleren.

diverse tools en games ontwikkeld, waaronder een fysiek en een internetspel over duurzaamheid. Natuurlijk zijn er voor de scholen leermiddelen samengesteld, zoals lesmateriaal en een *teachers toolkit* over arbeidsomstandigheden en milieuaspecten. Dit is getest in vier Europese landen. Ook is een commissie van Europese werkgevers door de SCCI bijgepraat over certificering. Omdat de grafimedia-sector dat goed voor elkaar heeft, is er vanuit Hair & Beauty interesse voor hoe certificering in onze sector met ook veel (micro) MKB-bedrijven is geregeld.

Kappers en grafici

Wat grafici en kappers gemeen hebben, is dat beiden met gevaarlijke stoffen werken. Hoewel wij het in onze industrie redelijk goed voor elkaar hebben, kunnen ook wij nog verbeteren en zijn ook bij bedrijven in de grafimedia-sector lang niet alle gevaarlijke stoffen uitgebannen. Niet voor niets was er recent het project om o.a. het gebruik van oplosmiddelen verder terug te dringen. Maar bij de kappers is er ook nog heel wat te doen. Lees voor de aardigheid de verpakking van haarverf maar eens: 'Dit product mag absoluut niet in contact met de huid komen'.
www.greensalon.eu

Frank den Hartog

KIJK VOOR ONZE

OPLEIDINGEN OP

WWW.STIVAKO.NL

In dienst van uw onderneming



PRODUCTIE

MARKETING

PERSONEEL

FINANCIËN

MANAGEMENT

Getoond en toegelicht

Op de Final conference werd getoond en toegelicht wat er zoal is ontwikkeld. Zo is er een diagnostische scan voor bedrijven en scholen ontwikkeld en een stappenplan voor invoering van duurzaamheid in de salon. Verder zijn



De noodzaak van marketing

De cursisten van de opleiding Staf&Kader hadden collega's, leidinggevenden en directieleden van hun bedrijf uitgenodigd om op een speelse manier nut en noodzaak van marketing duidelijk te maken.

Voor het vak Projectmanagement hebben de cursisten van Staf & Kader een presentatie gegeven over de noodzaak van marketing voor grafimedia-bedrijven. Ook ontwikkelden zij als groep een spel om de bewustwording over marketing en haar deelaspecten in een onderneming te stimuleren.

Genoeg kansen

Bas Guit (Planning en productie-leider Creative Colors), Gerry de Paauw (Productie Teamleider DecoLabel), Marina Willkomm (Teamleider DTP en BCD Geostick) en Maryse van Duijvenboden-Engels (Ploegleider Conventionele en digitale drukkerij



EPK-deadline: 1 januari

De ministeries van Infrastructuur en Waterstaat en Economische Zaken zijn druk bezig om de energiewetgeving aan te scherpen voor het MKB. Naar verwachting wordt nog voor de zomer de verplichting voor bedrijven ingevoerd om vanaf 1 januari 2019 elk jaar met een meldingsverplichting te komen.

Concreet betekent dit dat elk bedrijf in Nederland een Energie Prestatie Keuring (EPK) moet uitvoeren en deze elk jaar moet actualiseren. Daarin moet staan welke energiebesparende maatregelen zijn genomen en welke een bedrijf van plan is te nemen. De EPK van onze branche is opgenomen in de ARBO RI&E Grafimedia, dus iedereen die daarover beschikt, kan heel eenvoudig aan de slag met de EPK.

Harde afspraken

De reden van deze aanscherping heeft te maken met het feit dat binnen het Klimaatverdrag van Parijs (2015) harde afspraken zijn gemaakt, waar Nederland – als slechtst scorende CO₂-land van de EU – nog een schepje bovenop wil doen: Nederlandse doelstelling is de temperatuur in 2050

niet met 2 graden maar met maar maximaal 1,5 graad te laten stijgen. En om dat te bereiken, zal ook het bedrijfsleven serieus werk moeten maken van CO₂-reductie. De overheid hanteert daarbij de wortel-stok-methode. Dat wil zeggen dat bedrijven die geen eigen initiatief nemen tot energiebesparing benaderd worden voor handhaving. Het is dan ook sterk aan te bevelen om zelf aan de slag te gaan met de EPK alvorens de inspectie te krijgen.

Ons advies: ga aan de slag met de EPK. Ga naar <https://epk-creatieveindustrie.nl>, log in met dezelfde inlog als die van de ARBO RI&E en regel uw licentie. Bel voor meer informatie met 020-5435688.

Peter Tegel

Geostick) hebben hun opdracht uitgevoerd en hun bevindingen in een rapport in kaart gebracht. Zij begonnen met het onderzoeken van verschillende vormen van marketing, algemeen en in onze sector. De globale conclusie uit dit onderzoek is dat er binnen de grafische industrie nog genoeg kansen liggen voor goede marketing en dat er ook kansen blijven liggen door een gebrek aan marketing. Het meest effectief daarbij is interactieve marketing, die dankzij Social Media tot stand komt. Daarbij wint vooral video, en dan met name livestreaming, aan populariteit. Zinnvolle manieren om livestreaming in te zetten voor bedrijven zijn bijvoorbeeld: verslagen van evenementen, vragen-antwoordsessies, rondleidingen (bijv. 'achter de schermen'), productlanceringen, productdemonstraties, aanbiedingen en belangrijke aankondigingen.

Groeien als kool

Binnen de grafische industrie zijn er slechts enkele bedrijven die succesvol marketingcampagnes voeren, zoals Drukkerwerkdeal.

Dankzij hun actieve marketingbeleid groeien die dan ook als kool. Conclusie: Juist omdat weinig grafische bedrijven momenteel nog met goede marketing bezig zijn, liggen hier nog heel veel kansen.

MarkTwister

Om te testen of de deelnemers hadden begrepen waarom marketing binnen de grafische industrie zo belangrijk is en welke marketingvormen er zijn, besloten de cursisten om de deelnemers Twister laten spelen, maar dan wel met een twist, onder de naam MarkTwister. Bij een fout antwoord werd de MarkTwister gedraaid en moest een voet of hand worden verplaatst. Per vraag konden punten worden verdiend. Het winnende team had het meeste aantal punten. Tijdens het spel ontstonden er ook discussies over de inhoud, wat de interactie natuurlijk nog leuker maakte. Al met al werd er veel gelachen en was iedereen enthousiast over het spel. Bovendien beoordeelden de docent en coördinator van Stivako de presentatie en het spel positief en zijn wij voor dit onderdeel geslaagd!

Bas Guit, Gerry de Paauw,
Marina Willkomm,
Maryse van
Duijvenboden-Engels



Huishoudelijk reglement – zin of onzin?

Heeft u zich weleens afgevraagd of uw medewerkers weten hoe ze met elkaar om moeten gaan? Aan welke regels ze zich hebben te houden en wat moeten ze doen als ze ziek worden? Hoe ze geacht worden om te gaan met bezoekers en wat er van ze verwacht wordt op het gebied van duurzaamheid?

Niet alleen voor nieuwe medewerkers is dit soort informatie van belang, maar juist ook uw huidige personeel heeft deze regels nodig. Leg ze eenvoudig vast in een huishoudelijk reglement. Bent u bezig met de invoering van een ISO-systeem of heeft u al een zorgsysteem? Dan is het nog eenvoudiger. Laat uw reglement hierop eenvoudig aansluiten. Een huishoudelijk reglement is niet verplicht, maar wel raadzaam.

Door de juiste toepassing ervan kunt u bedrijfsrisico's verminderen en aansprakelijkheid vastleggen, waardoor mogelijke problemen voorkomen kunnen worden. Ook kunnen oorzaken voor verzuim inzichtelijk worden gemaakt. Dit schept duidelijkheid binnen uw organisatie en is dus daarmee ook een belangrijke pijler van goed werkgeverschap en duurzame inzetbaarheid van uw medewerkers. Bovendien scheelt het u een hoop



tijd aan uitleg en informatieverstrekking (keer op keer). Let op: een huishoudelijk reglement is niet hetzelfde als de arbeidsvoorwaarden. Het huishoudelijk reglement kunt u eenzijdig aan uw werknemers op-

leggen, arbeidsvoorwaarden niet. Daar moet voor getekend worden, meestal bij indiensttreding. Bel voor vrijblijvend advies, 020-5435688.

Eva Bouwman

VKGO en Dienstencentrum: samen aan de slag



Op 6 maart jl. heeft het Dienstencentrum tijdens de jaarlijkse VKGO-ledenvergadering een toelichting gegeven over diverse belangrijke onderwerpen voor ondernemers, zoals de AVG, de Arbo- en milieuwetgeving en energiebesparing en de aanstormende wetgeving daarover.

De wet- en regelgeving wordt steeds scherper en omvangrijker en de overheid verwacht dat alle bedrijven daar adequaat gehoor aan geven, ook MKB-ers. Helaas is de realiteit weerbarstiger en is het door de snelle veranderingen in de wetgeving voor de meeste bedrijven onmogelijk om alles bij te houden. Zo hadden we tot voor kort te maken met de “Bewerkersovereenkomsten” en die zijn net veranderd in “Verwerkersovereenkomsten”. En dat allemaal naar aanleiding van de AVG: Algemene Verordening Gegevensbescherming. Als dat geen verwarring oplevert!?! En dan verwacht de overheid dat je met Jan-en-Al-

leman schriftelijke afspraken gaat maken over de verwerking van persoonsgegevens. Hmm, even tellen, hoeveel contacten heeft een MKB-ondernemer? Al snel 150 klanten en leveranciers. Een hele klus om daar allemaal afspraken mee te maken, waarbij je je als ondernemer niet opknoopt aan onmogelijke voorschriften; ga er maar aan staan.

Inspectierondes

En dan hebben we te maken met de inspectierondes van de Inspectiedienst SZW (de vroegere Arbeidsinspectie) en de Omgevingsdiensten, die zich nu met name richten op het naleven van



de Veiligheid, Gezondheid en Welzijn van medewerkers, het Activiteitenbesluit (wet milieubeheer) en CO₂-reductie via energiebesparing (broeikasgasreductie). De vijftig deelnemers van de VKGO-bijeenkomst hebben in twee uur de essentie van alle bovenstaande hot topics gekregen. Tevens heeft het bestuur van de VKGO voor haar leden een speciale groepsafpraak met het Dienstencentrum afgesloten, waardoor het voor MKB-ondernemers nu

erg eenvoudig is om praktisch aan de slag te gaan. Want niets doen, is echt geen optie meer.

Voor meer informatie bel Tobias op den Brouw (AVG/data security), Peter Tegel (arbo, milieu & energie) of Remco Glashouwer (kwaliteit, ISO en groepscertificatie), 020 – 5435688 of mail: p.tegel@dienstencentrum.com, t.op.den.brouw@dienstencentrum.com of r.glashouwer@dienstencentrum.com



COLUMN

150 Rijden

Vlak voordat ik begon met het schrijven van deze column vroeg een ondernemster in het kader van de AVG of ze een bepaald iets 'echt moest doen'. Vlak daarvoor gaf ik een presentatie over privacywetgeving, informatiebeveiliging en hoe je als ondernemer kon bepalen of je wel of niet iets 'moest' doen. Het korte antwoord op die laatste vraag is – dat is een risicoafweging. De privacywet AVG vraagt u om proportionele maatregelen te treffen. 'Proportioneel' betekent dus automatisch dat u dient te handelen passend bij de risico's die u (en in dit geval de betrokkene van wie u gegevens heeft) loopt. Ik vertaalde de vraag van de ondernemster naar de snelweg. Eigenlijk vroeg ze 'mag ik 150 rijden?'. Tja, dat mag natuurlijk niet in Nederland. Maar of je het doet, daar maak je als bestuurder uiteindelijk zelf een afweging in. Als u zich aan het voorbereiden bent op de nieuwe eisen van de wetgeving en uw klanten, dan is het mijn taak om voor u duidelijk te maken wanneer u 150 rijdt, en wanneer 130. Of dat u misschien zelfs met 200 kilometer per uur bijzondere en gevoelige gegevens verwerkt – zonder gordel, data-backup, antivirus en airbag. U beslist hoe hard u rijdt: ik zorg ervoor dat u APK-gekeurd bent en dat uw snelheidsmeter het doet.

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, 119 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

De arbeidsmarkt van de toekomst

Veel mensen, ook in de grafische sector, houden zich bezig met de vraag welke competenties de arbeidsmarkt van de toekomst vraagt. Hoewel Nederland het op dit vlak goed doet volgens recent onderzoek door de OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) is er zeker ruimte voor verbeteringen. Dat is ook nodig vanwege de snelle technologische ontwikkelingen en de grotere dynamiek op de arbeidsmarkt.

De OECD noemt drie top-prioriteiten voor Nederland:

Stimuleer de ontwikkeling en betere benutting van vaardigheden en talenten van iedereen. Bevorder een sterke leercultuur in Nederland. Blijven leren en ontwikkelen is cruciaal om te slagen in de loopbaan. Stimuleer het ontwikkelen en beter benutten van vaardigheden en talenten op de werkplek, bijvoorbeeld door taken te rouleren of teams meer verantwoordelijkheden te geven. Dit versterkt niet alleen de productiviteit en concurrentiekracht van bedrijven, maar vergroot ook het plezier in het werk en de duurzame inzetbaarheid.

Projectleider

Stivako en Dienstencentrum zijn ook bezig met het ontwikkelen van kennis en het helpen van bedrijven op het terrein van competenties. Stivako is projectleider van het Europese project "Thrive", dat onderzoek doet naar de ontwikkeling van vijf bedrijfstypen in de creatieve industrie en wat de gevolgen van de ontwikkelingen zijn op de benodigde competenties in die bedrijfstypen (waaronder de grafimedia-industrie). Meer informatie over dit project vindt u op www.thriveproject.eu, of bel met Stivako.



Organisatieverandering

Het Dienstencentrum helpt grafimedia-ondernemingen om het traject van organisatieverandering, wijzigende functies en taakomschrijvingen, veranderende competenties en de persoonlijke gedragsanalyses in kaart te brengen. Wij zien op dit moment dat *innovators* en *early adopters* in onze sector bezig zijn om de, onder druk van de wijzigende omstandigheden, veranderende interne organisatie beter in de grip te krijgen. Hiermee krijgt het grafimedia-bedrijf beter inzicht in haar interne activiteiten, in de bevoegdheden en verantwoordelijkheden van medewerkers en in hun competenties en talenten. Wat weer een betere aansturing en benutting van hun capaciteiten mogelijk maakt. En dat is hard nodig om concurrerend te blijven als bedrijf, ook ten opzichte van andere aanbieders van communicatieproducten van buiten de sector.

Frank den Hartog