

12 AGENDA

4 OKTOBER

Netwerkdiner voor ondernemende dames

Bites & Business Haarlem
Tijd: 19:00 tot 22:00 uur
Locatie: Restaurant Patio
Kleine Houtstraat 81 Haarlem
Meer info: www.bitesenbusiness.nl

20 OKTOBER

Ledenlunch OV IJmond

Sprekers: Michaël van Straalen, voorzitter MKB-Nederland en Freek Ossel, burgemeester van Beverwijk
Tijd: 11:45 tot 14:00 uur
Locatie: Felison terminal,
Sluisplein 55 IJmond
Meer info: www.ovijmond.nl

20 OKTOBER

Innercircle

Netwerk BTB
Tijd: 15:00 tot 17:00 uur
Locatie: Crown Business Center
A. Hofmanweg 5A Haarlem
Meer info: www.netwerkbttb.nl

24 OKTOBER

Netwerk Golf Trophy 2016

BeterBusiness
Locatie: Golfclub Houtrak
Machineweg 1-b Halfweg
Meer informatie:
www.beterbusiness.nl

25 OKTOBER

Licht op Duurzame Innovatie

MKB-Haarlem
Tijd: 16:30 tot 20:00 uur
Locatie: Lichtfabriek Haarlem
Meer info: www.mkb-haarlem.nl

27 OKTOBER

Haarlem Business Awards

Netwerk BTB
Tijd: 17:30 tot 22:00 ur
Locatie: Crown Business Center
A. Hofmanweg 5a Haarlem.
Meer info:
www.haarlembusinessawards.nl

27 OKTOBER

MB 2.0 Netwerken en dineren met ondernemers

Meerbusiness Haarlemmermeer-Schiphol
Tijd: 17:00 tot 22:00 uur
Locatie: Hyatt Place Amsterdam
Airport Hotel
Meer info: www.haarlemmermeer.meerbusiness.nl

1 NOVEMBER

Haarlemmermeers Ondernemerscongres

Ondernemend Hoofddorp
Tijd: 15:00 tot 22:00 uur
Locatie: De Meerse,
Raadhuisplein 3 Hoofddorp
Meer info:
www.ondernemendhoofddorp.t

COLOFON

Goede Zaken Commerciële uitgave van Haarlems Dagblad & IJmuider Courant

In samenwerking met de partners Horlings Accountants en belastingadviseurs Kamer van Koophandel Köster Advocaten Bedrijf&Samenleving Haarlem en omstreken

HORLINGS Accountants en belastingadviseurs

Köster advocaten kamer van koophandel

decoalitie COMMUNICATIESPECIALISTEN

De Coalitie communicatieadviseurs Jaap Bonkenburg, Johan Tempelaar Voor tips, agendapunten en informatie: [Jory Peters](mailto:JoryPeters@godeezaken.nl) godeezaken@hollandmediacombinatie.nl www.godeezaken.nu

Volg ons ook op



Inhoud boven vorm



De Coalitie. Foto Anke van der Meer

Communicatieadviesbureau De Coalitie heeft, sinds de oprichting van het bureau in 2006, het vakgebied communicatie behoorlijk zien veranderen. Neem alleen al de introductie van de smartphone, die 'pas' in 2007 haar intrede deed. Of het doodverklaren én de wederopstanding van print. Of de opkomst van zowel social media als brutale media als PowNed.

Wat in al die jaren niet veranderd is, vertelt Jaap Bonkenburg, is het plezier dat de Coalitiegenoten hebben in hun werk. De eerste 5 jaar bestierden Jaap Sluis en hij het Haarlemse bureau samen met Marcel Hoenderdos. Sinds 2011 vormen ze een driemanschap met Johan Tempelaar. 'De 3 J's', dat was al snel de grap. Het was best een spannende stap, al is het maar omdat Jaap en ik ouder zijn dan Johan is. Maar er gebeurde wat we al hoopten en beoogden: een versterking van ons bureau. Het klikte eigenlijk meteen, zowel op persoonlijk als op professioneel gebied. We denken hetzelfde over zaken die ons bureau kenmerken, zoals een journalistieke inslag, de scheiding tussen PR en marketing, geen uurtje-factuurtje, een nuchtere aanpak en

een sterke verbondenheid met de regio.'

'Veel belangrijker dan de vraag of je op een nieuw platform aanwezig moet zijn, is de vraag wát je wilt communiceren. En naar wie.', vult Jaap Sluis aan. 'Natuurlijk is het medium, de drager van je boodschap, van belang. Maar we zien veel - slechte - praktijkvoorbeelden waar de vorm voor de inhoud uit gaat. Dat kan goed werken om 'snel te scoren', maar wij geloven er niet in. Verder is het aardig om te zien dat sommige bedrijven die hun relatiemagazine hadden gedigitaliseerd, snel weer teruggingen naar print vanwege de hogere attentiewaarde. Of kozen voor een combinatie print-digitaal. Daar over meedenken, ook als je ingaat tegen wat de klant al bedacht heeft, dat is onze rol. Kritische vragen stellen maakt onderdeel uit van ons vak, want journalisten stellen die vragen ook. Dan kun je beter goed voorbereid zijn. Niet om de waarheid weg te poetsen, wel om jouw boodschap goed over te brengen. Zeker in deze tijd van beeldvorming en snelle meningsvorming is het van groot belang voor het succes of soms zelfs het voortbestaan van je bedrijf.'

DE COALITIE | 10 JAAR **decoalitie** COMMUNICATIESPECIALISTEN



(Foto: Anke van der Meer)

Jaap | Jaap | Johan

Al 7 jaar samen met Goede Zaken, Haarlems Dagblad & IJmuider Courant

Jory | Julie

Al 3 jaar samen met Anke van der Meer Fotografie

Anke

GEFELICITEERD

Bullshit Bingo

Kent u dat? Een collega meldt dat het nog gecommuniceerd moet worden. En gaat er vervolgens vanuit dat het duidelijk is wat er gaat gebeuren. Kent u mensen die terugkoppelen? Alsof koppelen alleen niet genoeg is. Kent u collega's die 'het project oppakken'? Alsof het in een doos klaar staat om meegenomen te worden. En als collega's een slag maken, dan duik ik even onder het bureau. Er is al agressie genoeg.

Kantoortaal die te pas en te onpas wordt gebruikt. Naast het feit dat het vaak geen of slecht Nederlands is, hoort er ook een houding bij van: 'Je begrijpt toch wat ik bedoel!?!'. Dergelijke taal - vaak in de passieve vorm - wordt meestal gebruikt om de werkelijke actie te ontlopen. Of om er niet te direct over te zijn. Communiceren is namelijk gewoon bellen, zeggen of mailen. Terugkoppelen ook. Een project oppakken of een slag maken noemen ze bij mij thuis gewoon je werk doen.

Als ik iemand zo hoor praten, ben ik altijd op mijn hoede. Wat probeert hij/zij te verhullen? Is het wel duidelijk wat er moet gebeuren? Is het onzekerheid bij de persoon zelf? Probeer hij/zij iets te verdoezelen? Waarom anders het verholde taalgebruik?

Laatst was ik bij een groot beursgenoteerd bedrijf. In een 'kantoortuin' zat ik te werken toen er consternatie ontstond. De CEO had een mail rondgestuurd waarin een reorganisatie werd aangekondigd. Althans, dat maakte men ervan. De mail was



Sander van den Broek.

door de woordkeuze zo cryptisch dat de afdeling collectief aan de ontcijfering begon. Termen als 'draagvlak', 'stakeholder value' en 'investeren in een duurzame onderneming' werden gebruikt om uit te leggen dat een deel van het personeel ontslagen zou worden. Bij iedere term die de CEO gebruikte, galmde er "bullshit" door de kantoortuin. Dat ging even door, totdat de 'bullshits' elkaar heel snel opvolgden en iemand riep: Bingo!

Om 'alle neuzen dezelfde kant op te krijgen' helpt helder eenvoudige taal. Collega's, leveranciers en klanten zullen je meer vertrouwen als je gewoon vertelt wat je gaat doen. Doorvragen is een teken van kracht: je wilt echt weten hoe het zit.

En uw leveranciers? Zijn ze duidelijk in de offerte? Is de toelichting helder en transparant? En hoe praat u met uw klanten? Bent u recht door zee of draait u eromheen? Zegt u waar het op staat of is het Bullshit Bingo?

Sander van den Broek

Directeur Buildnet Webservices

Kinderhuisingel 126, 2013 AW Haarlem
www.buildnet.nl

Het plezier van de NV-ploeg

Het blijft na zeven jaar onverminderd leuk om aan mee te werken: de NV Haarlem in de Philharmonie. Een driemaandelijks talkshow voor het bedrijfsleven, gefundeerd op vaart en variatie. Redactieleden, regelaars en technici maken er met elkaar iets moois van. De lijnen zijn kort en de ideeën goed. Een gretig en soms beetje gek NV-team combineert gebaande paden met nieuwe routes.

Het begon met een wild idee, opgeboreld tijdens een strandbijeenkomst in 2009 van MKB Haarlem. Laten we een talkshow voor het bedrijfsleven maken! Géén lezing of presentatie. Géén sprekers uit het rondreizend circus van welbespraakten. Afwisseling in plaats van voorspelbaarheid. Lekker scherp. Korte gesprekken met gasten van wisselende pluimage. Op basis van een redactioneel format, gestoeld op welwillendheid en positivisme. Met ook ruimte voor (zelf)kritiek en relativering.



NV Haarlem 26 september

Foto, Jaap Kroon, JKPhotography

Zo gezegd zo gedaan. Dankzij de inzet van een kleine groep enthousiastelingen en de ondersteuning door partners als de Philharmonie, Rabobank en gemeente Haarlem trapt de NV Haarlem in 2009 bescheiden af. Om daarna uit te groeien tot een gewaardeerd evenement. Dat die waardering na zeven jaar nog steeds zó groot is, heeft de NV-ploeg wel eens verbaasd. Maar ook weer niet. Want we kennen het geheim achter het NV-succes: een gedreven team dat het geweldig vindt om er iets moois van te maken en dwarsverbanden te leggen. Het plezier spat er van af. Dat zie en dat hoor je.

Jaap Sluis is partner van communicatieadviesbureau De Coalitie in Haarlem en mede presentator van de NV Haarlem.