

15 jij & wij

Groei

"Leren is groeien en gaat met vallen en opstaan"

- Kim Schaafsma

**Beleggen in duurzame
huizen en gebouwen**
Pensioenfonds Detailhandel

**Social media-sterren
van de retail**

**"Voor mij is slapen
een nachtmerrie"**
- Saskia Wiggemans

FLY PONY

Groei, groei, groei!

Je bent gegroeid, of je groeit, het zijn de mooiste complimenten die je in je werk kunt krijgen. Deze wintereditie van Jij&Wij hebben we daarom geheel in het teken gesteld van GROEI. Zo zoomen we onder meer in op het functioneringsgesprek. Tegelijkertijd portretteren we mensen die met behulp van sociale media zorgen voor een snelle groei van hun winkel of merk. Daarnaast hebben we een interview met Kim Schaafsma, die bezig is met een pijlsnelle carrière in de retail. Hoe doet ze dat en wat betekent het om van de ene op de andere dag leiding te geven aan je collega's? Kun je dan bepaalde dingen niet meer, of juist wel doen?

Een aantal deskundigen plaatst in dit nummer vraagtekens bij onze economische groei, zoals hoogleraar Ed Peelen, die vindt dat er in de retail iets te enthousiast wordt

gevist naar wat klanten van hen vinden. Onlangs trof hij een verkoper die een wasmachine aan hem had verkocht en na afloop vroeg of hij een super beoordeling kon krijgen: 'Omdat hij die wel kon gebruiken'.

Saskia Wiggemans, oud-medewerkster van een dierenpeciaalzaak, vertelt in deze Jij&Wij wat het betekent om slecht te slapen. Hoe je dat merkt in je werk en wat het betekent voor je loopbaan. Slapen is voor Saskia namelijk een nachtmerrie. Veel lichter van aard is het verhaal met Corry van Schadewijk en Petra van Huijstee. Zij emigreerden na hun pensionering naar Zuid-Frankrijk. Daar hebben ze naar eigen zeggen het paradijs ontdekt.

Veel leesplezier, mooie dagen en maak er een geweldig nieuwjaar van.



Kinderschoenenwinkel Fly Pony in Shanghai.
Designer: PRISM DESIGN, TOMOHIRO KATSUKI
Fotograaf: KATSUMI HIRABAYASHI.

inhoud

Jij&Wij, jouw magazine
van Pensioenfonds Detailhandel

nr. 15

06 Nieuws

Waarom zijn de beroepsopleidingen in de detailhandel zo populair? Welke stad heeft het beste centrum en raden jullie de etalage?

12 **Voor mij is slapen een nachtmerrie**
Uit onderzoek blijkt dat veel Nederlanders en vooral vrouwen, slaapproblemen hebben. Saskia Wiggemans is zo'n vrouw met een slechte nachtrust.

15 **Column**
Functioneert het functioneringsgesprek?

16 **'Het is ook nooit goed'**
Overall wordt gevraagd om feedback.

19 + 47 **Vragen aan de Pensioendesk**
Ik ben niet getrouwd, maar ik woon wel samen. Is er dan wel iets geregeld voor mijn partner?

20 **Social media-sterren van de retail**
Steeds meer retailers zien de lol van social media voor hun zaak.

26 **Beleggen in duurzame huizen en gebouwen**
Via vastgoedfondsen investeert Pensioenfonds Detailhandel in onroerend goed.

28 **'Hoe vind je het zelf gaan?'**
Bijna de helft van de bedrijven in de detailhandel doet niet aan functioneringsgesprekken. Waarom?

32 Shoppen in Arnhem

Errnèm, zoals de Arnhemmer zegt, is een echte modestad, dat zie je in het straatbeeld.

34 **"Onze vakkenvullers transformeerden van vakkenvullers naar vertellers"**
Bij de Vrijbouter 2.0 in Zaandam ben je alvast op vakantie.

38 **"Het is het paradijs hier!"**
Ik vertrek! We zijn in Frankrijk ☺.

44 **"Leren is groeien en gaat met vallen en opstaan"**
Kim Schaafsma (29) groeide door tot regiomanager. Inmiddels stuurt ze 13 winkels aan.

48 **Nieuwe solidariteit in Nederland**
In 2013 lanceerde Ralf Embrechts de Quiet 500, het arme broertje van de Quote 500. Doel: armoede een gezicht geven.

50 **Dit is teamwork**
Gelukkig nieuwjaar, collega's!

51 **Check!**
Met Xelly Cabau van Kasbergen.

52 **Achterpagina**
Ik heb promotie gemaakt, heeft dit invloed op mijn pensioen? vraagt Daniëlle Oey.



06



51



34



38



32



15



26

Ontdek meer op pensioenfondsdetailhandel.nl

DE BALANS

Het is bijna 2018. De meeste retailers maken de balans op, sluiten een dag lang de deuren en tellen hun voorraad. Volgens de statistieken is 2017 een goed jaar geweest voor de retail. De groei zet zich voort, de komende tijd. Dat is een mooi vooruitzicht. Ook het aantal deelnemers van Pensioenfonds Detailhandel groeit, we krijgen er 28.000 mensen bij. De werkgevers in de woonbranche sluiten zich in 2018 bij ons aan.

Het jaar 2018 wordt voor mij bijzonder. Mijn twee oudsten worden dit jaar opeens 18, doen eindexamen en groeien waarschijnlijk mijn huis uit. Terwijl het gisteren leek dat ze hutten bouwden van tafelkleden in de tuin en ik hun boterham in stukjes sneed. Dat wordt wel wennen en ik weet nog niet of ik het leuk vind.

Ik zou het daarom alleen al ook moeten doen, deze maand. Een dag mijn voordeur dicht. Mijn eigen balans opmaken, herijken, achterom- en vooruitkijken, plannen maken. Misschien is een dag dan wat weinig. Een 'balans-lang weekend' lijkt me beter. Ergens in een blokhut met openhaard, in de sneeuw. In alle stilte mijn zegeningen tellen.

Een mooi jaar voor iedereen,

Jorinde Crum
Hoofdredacteur Jij&Wij



JIJ&WIJ VERSCHIJNT 3 X PER JAAR.
OPLAGE: 276.500 EXEMPLAREN.
STUKSPRIJS VAN JIJ&WIJ: 0,47 EUROCENT.

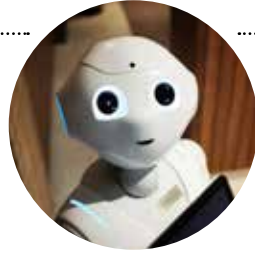
CONCEPT & REALISATIE: THE PUBLISHER'S WIFE.
GEDRUKT DOOR: HABO DACOSTA.

AAN DEZE EDITIE WERKTEN MEE: ARTBOX, JEAN-MARC BARRÈRE, KEES BEUDEKER, STÉPHANIE BLOEMERS, BOUDEWIJN BOSMAN, JOAN BROUWERS, THEO BRUGMANS, JORINDE CRUM, JASMIJN EVANS, GETTY IMAGES, HENK GROOT, HOLLANDESE HOOGTE, HENK VAN DER KOLK, LIZE KRAAN, MARIANNE KRONENBERG, BAS DE LEGE, W. LISPIER, CRISSY MULDER, SHANXON VAN PAASSEN, JUAN ROBERT, BRESHNA SARWARY, JAAP SINKE, ALEXANDER SCHLANGEN, TKP PENSIOEN, RENE UPPERMAN, KEES VAN DE VEEN, ARD DE WIT.

**Pensioenfonds
Detailhandel**

AAN DIT NUMMER KUNNEN GEEN RECHTEN WORDEN ONTLEEND. BIJ DE SAMENSTELLING VAN DEZE UITGAVE IS DE INHOUD MET DE GROOTST MOGELIJKE ZORG TOT STAND GEKOMEN ECHTER, CIJFERS EN/OF INFORMATIE KUNNEN IN BEPAALDE GEVALLEN ACHTERHAALD ZIJN BIJ HET TER PERSE GAAN VAN DIT MAGAZINE.





'Kom jezelf tegen', is de nieuwe slogan van Runnersworld. De keten gaat volgend jaar extra aandacht besteden aan het advies naar klanten.

Volgens hoogleraar robotica Maarten Steinbuch gaan servicerobots geen banen kosten. "Behalve praten kunnen ze niet zoveel."

WINKELPRAAT

Begin 2018 worden de eerste Runnersworld-filialen omgebouwd naar een nieuw winkelconcept, gericht op de beginnende hardloper. De focus komt vooral te liggen op de sport en de gesprekken met klanten worden extra belangrijk. Klanten komen volgens de directie vooral voor advies naar de winkel, want hardloopschoenen kun je overal kopen. Het is het advies dat het verschil maakt, aldus Runnersworld.



Onder de noemer 'Vintage of Tomorrow' introduceert America Today een collectie met originele Amerikaanse kledingstukken.



Granny's finest opent deuren eerste winkel

In Rotterdam heeft Granny's Finest de deuren van haar eerste zaak geopend aan de Mariniersweg. In de etalage van de winkel zijn al regelmatig breiende grannies gespot. De producten van Granny's Finest worden door Nederlandse oma's gebreid, ontworpen door jong talent. Door het organiseren van wekelijkse handwerkclubs wordt eenzaamheid onder senioren voorkomen.

Utrecht verkozen tot 'beste binnenstad'

- | | |
|--------------|---------------|
| 1. Utrecht | 6. Leiden |
| 2. Amsterdam | 7. Zwolle |
| 3. Den Haag | 8. Rotterdam |
| 4. Delft | 9. Groningen |
| 5. Nijmegen | 10. Eindhoven |

Bron: JLL, vastgoedadvies- & beleggingen

De jury keek onder meer naar de ontwikkelingen op het gebied van economie, vastgoed en demografie en de aantrekkelijkheid voor consumenten, retailers en beleggers.



Hoog Catharijne Utrecht 1973



Hoog Catharijne Utrecht 2017



RAAD DE ETALAGE & WIN

We hebben veel goede inzendingen binnengekregen op de vorige Raad de Etalage. Die etalage was van winkel WAAR. Gefeliciteerd Joris Dings en Bianca van der Heuvel! Jullie zijn de winnaars. Deze winkel is te vinden in de Randstad, maar misschien een tikkeltje lastiger. Weet je van welke zaak deze etalage is? Stuur dan een mailtje naar jc@pensioenfondsdetailhandel.nl

Concurrentie online steeds heviger in de modemarkt

In Nederland is de online fashion retail de afgelopen 12 maanden met 30 procent gegroeid. Bijna een kwart van alle bestedingen aan kleding wordt inmiddels online gedaan, blijkt uit onderzoek van GfK onder 5.000 respondenten. In totaal heeft 59 procent van de consumenten die het afgelopen jaar kleding kocht, dat op zijn minst ook online gedaan.

De groei komt volgens GfK zowel door het toenemende aantal online shoppers als door consumenten die een groter deel van hun mode-aankopen online doen. Het aantal 'serieuze spelers' in de markt neemt ook toe. Steeds meer merken openen eigen webwinkels. Daarnaast treden nieuwe platforms toe in de markt, zoals het recent gelanceerde About You.



'Black Friday zorgt vooral voor verschuiving omzet'

Nederlandse retailers kunnen slechts op een beperkte extra omzet rekenen door Black Friday. Daarnaast heeft het koopjesevent vooral een negatief effect op de marge, zeggen marktkenner in Het Financieele Dagblad.

WORD JIJ HET COVERMODEL VAN DE VOLGENDE JIJ&WIJ?



Ga naar onze website en kijk wat je daarvoor moet doen.



Thuiswinkel.org is een campagne gestart waarin consumenten bewust worden gemaakt van de risico's van online winkelen: 'Voorkom een online shoppingfail'. Met de enorme groei van de Nederlandse e-commerce markt stijgt ook het

aantal malafide partijen dat hier misbruik van wil maken, zegt Thuiswinkel.org. Met de nieuwe campagne informeert de organisatie, aan de hand van online miskopen, consumenten over de risico's van online winkelen. Daarbij speelt het eigen keurmerk een belangrijke rol.

Online shoppen

70%

van de 14- tot 35-jarigen shopt mobiel. Dat doen ze hoofdzakelijk met hun smartphones.

Bron: Dit blijkt uit het ShoppingTomorrow Consumentenonderzoek dat GfK uitvoerde onder een representatieve steekproef van ruim 5.000 Nederlanders



Bijna tegelijk met het verschijnen van deze Jij&Wij heeft het Deense regenjassenmerk Rains de deuren van hun eerste concept store geopend in ons land. Die vind je in de Haarlemmerstraat in Amsterdam.

Ard de Wit is manager Risk Management bij Pensioenfonds Detailhandel.

Vragen voor Ard...

1. Stel ik heb een slecht functioneringsgesprek, heeft dat dan invloed op mijn opgebouwde pensioenrechten?
Ard: Een andere baan of functie heeft geen invloed op het pensioen dat je al hebt opgebouwd. Dat blijft zoals het is.

2. Ik hoorde van een collega dat we een middenlooonregeling hebben bij het pensioenfonds detailhandel. Is dat goed nieuws?
Ard: Ja. Bij een middenlooonregeling bouw je namelijk ieder jaar een stukje pensioen op over het salaris wat je in dat jaar hebt verdiend. Jouw pensioen is gebaseerd op het gemiddelde salaris over de jaren dat je hebt gewerkt.

3. Op jullie site zie ik dat de pensioenleeftijd niet omhoog gaat, maar op 67 blijft staan. Ik begrijp er geen snars van.
Ard: De overheid heeft besloten de fiscale regels voor de pensioenopbouw aan te passen aan de gestegen levensverwachting. Hierdoor wordt de rekenleeftijd met ingang van 1 januari 2018 verhoogd van 67 naar 68 jaar. De rekenleeftijd wordt gebruikt om te bepalen hoeveel een werknemer belastingvrij per jaar mag sparen voor zijn of haar pensioen. Werkgevers- en werknemersorganisaties in de detailhandel hebben besloten de leeftijd op 67 te handhaven. Die sluit beter aan bij de AOW-leeftijd. Per 2022 wordt deze 68 jaar. Om toch te voldoen aan de belastingregels wordt de opbouw van het pensioen binnen het Pensioenfonds Detailhandel vanaf 2018 verlaagd van 1,75 naar 1,622 procent per jaar."

WWW.PENSIOENFONDSDETAILHANDEL.NL

WWW.PENSIOENFONDSDETAILHANDEL.NL

JOUW MAGAZINE VAN PENSIOENFONDS DETAILHANDEL - 9

GROEI IN DE TOTALE KETEN

Vlisco, een Nederlands textiel- en designbedrijf gaat meer investeren in de totale keten van de katoen textielindustrie van Nigeria.

"De activiteiten van Vlisco Group zullen naar verwachting op middellange termijn meer dan 10.000 banen in Nigeria genereren. We overwegen ook een Vlisco-drukkerij in het land te starten. Deze gaat designs maken voor de Nigeriaanse consument," vertelt een woordvoerder van het bedrijf aan Fashion United.

Winkeliers mikpunt van agressie op sociale media

Winkeliers hebben steeds vaker te maken met agressie op sociale media, blijkt uit een onderzoek van Detailhandel Nederland. Een op de twaalf winkeliers zegt er last van te hebben. "Een zorgwekkende trend," zei adjunct-directeur Bert van Steeg van Detailhandel Nederland in het NOS Radio 1 Journaal. "Klanten worden

steeds mondiger en je ziet dat mensen toch anders reageren op sociale media. Dat leidt nog wel eens tot problemen."

Niet alleen op sociale media is sprake van agressie richting winkeliers: vier op de tien zegt ook in de zaak wel eens te maken te hebben met agressie en geweld. Daardoor voelt een op de acht zich soms onveilig in de winkel.

Nederland heeft na Denemarken het beste pensioenstelsel ter wereld

Ons land blijft nummer drie Australië voor, terwijl het gat met nummer één Denemarken zelfs iets kleiner is geworden. Dit concludeert adviesbureau Mercer in de zogeheten 'Global Pension Index', die de pensioenstelsels van landen over de hele wereld vergelijkt. De ranglijst van beste pensioenstelsels is gebaseerd op drie elementen: toereikendheid, toekomstbestendigheid en integriteit.

Retourpinnen steeds bekender, maar nog weinig gebruikt

Ongeveer 80 procent van de Nederlandse consumenten heeft nog nooit gebruikgemaakt van retourpinnen. Wel is inmiddels 60 procent bekend met de mogelijkheid het aankoopbedrag via de betaalautomaat teruggestort te krijgen, blijkt uit cijfers van de Stichting Bevorderen Efficiënt Betalen.



Opnieuw minder retailers failliet

Het aantal faillissementen in de Nederlandse detailhandel lag vorige maand op 24. Dat zijn er zeven minder dan in september en elf minder dan in oktober vorig jaar, blijkt uit cijfers van het CBS.

In de eerste tien maanden van dit jaar staat de teller op 305 faillissementen in de retail. Vorig jaar waren dat er in die periode nog 436.



BEROEPSOPLEIDING DETAILHANDEL RAZEND POPULAIR

Het aantal studenten dat kiest voor een bachelor in retail management aan één van de hogescholen is sinds 2012 met 12 procent gestegen. Ook voor het handelsonderwijs MBO-4 groeit de belangstelling: +15 procent sinds 2012.

detailhandel is daarmee één van de grootste opleiders van talent. Toch is de instroom van studenten onvoldoende om de toenemende vraag naar hoger gekwalificeerde medewerkers te beantwoorden, weet Detailhandel Nederland.

Detailhandel Nederland spreekt van een stormloop op beroepsopleidingen detailhandel. In totaal doen nu 10.000 studenten de opleiding retail management of ondernemer retail in het MBO. Dit is vaak bij één van de 28.000 erkende leerbedrijven. De

Ondanks de populariteit van het handelsonderwijs is er ruimte voor verbetering. De doorstroom van MBO naar HBO is niet vanzelfsprekend. In het HBO is behoefte aan een sterkere leeromgeving en kennis van actualiteiten en marktontwikkelingen.



Duurzaam ondernemen zorgt voor klantentrouw

De loyaliteit van klanten ligt hoger bij bedrijven die in hun ogen een grotere maatschappelijke bijdrage leveren. Nederlandse bedrijven die maatschappelijk investeren, hebben zeven procent meer loyale klanten. Dat blijkt uit onderzoek van de Rijksuniversiteit Groningen en data-analysebureau MCompany. Een merk als Tony Chocolonely trekt profijt van die ontwikkeling.



Media-Saturn lanceert een nieuw concept: Virtual SATURN. Het is een virtual reality-winkel voor consumentenelektronica. Vanaf volgend jaar wordt het in 20 winkels in Duitsland getest.

Voor mij is slapen een nachtmerrie

We slapen over het algemeen lang genoeg, maar dat betekent niet dat we ook goed slapen. Uit onderzoek van de Hersenstichting blijkt dat veel Nederlanders en vooral vrouwen, slaapproblemen hebben. Saskia Wiggemans is zo'n vrouw met een slechte nachtrust. De Groningse heeft alles geprobeerd, maar niks lijkt te helpen.

Tekst: Kees Beudeker | Fotografie: Kees van de Veen

“Mijn leven zou anders zijn geweest als ik beter kon slapen,” zegt Saskia. De hbo-studente en oud-medewerkster van een dierenwinkel, vertelt dat ze geen enkele positieve herinnering heeft aan een goede nachtrust. Saskia: “Wanneer ik meer dan 6 uur slaap, ben ik dik tevreden. Maar regelmatig zijn er weken bij van slechts 4 uur per nacht, of perioden waarin ik maar 2 uur slaap. Als dat een tijd aanhoudt, kun je op een gegeven moment niet meer normaal nadenken. Dan dringt alles een stuk langzamer door. In zo'n slechte periode ben ik eerst heel chagrijnig, totdat het moment komt, waarop ik alles laat gaan en me nergens meer druk om maak.”

VERMOEID OF ADD?

Als kind was Saskia stil, dromerig en niet in staat zich te concentreren. Er werd ADD geconstateerd (Attention Deficit Disorder, met ADD verwerken mensen informatie, indrukken en emoties trager, red.). Saskia vraagt zich af welk percentage van ADD versterkt wordt door het slaapgebrek. “Ik heb alles geprobeerd om ervan af te komen,” onderstreept ze. “En iedere behandelaar roept aan het begin enthousiast hetzelfde: ‘yes, hier kan ik echt wat aan doen, ik ga je helpen. Vervolgens wordt al snel geconstateerd, dat wat normaal gesproken bij andere patiënten werkt, bij mij niet aanslaat en na een paar keer proberen, weten ze het ook niet meer.”

JE DROMEN ONTHOUDEN

Vanaf haar derde jaar kroop ze iedere nacht in het bed van haar ouders, omdat ze nachtmerries kreeg. Bij een neurologisch onderzoek kwam aan het licht, dat Saskia voortdurend wakker wordt in haar zogeheten r.e.m. fase, het moment waarop mensen hun dromen onthouden. Haar tweelingbroer heeft

ook last van nachtmerries, die ontstaan bij hem na epileptische aanvallen. Volgens de neuroloog zijn de nachtmerries van Saskia een merkwaardig fenomeen. Saskia: “Normaal gesproken heb je die hoeveelheid nare dromen - twee tot drie per nacht – alleen na een opgelopen trauma. En dat heb ik niet.”

VASTE GEWOONTES VOOR JE SLAPEN GAAT

Liters kamillethee, homeopathische korreltjes en niet meer piekeren... Saskia heeft alles ondernomen om beter te kunnen slapen. Het enige wat haar heeft geholpen, zijn de slaaptrainingen, waarmee je vaste gewoontes aanleert voor je slapen gaat en je lichaam zich automatisch voorbereidt op de nachtrust. Nu wandelt Saskia een uur, voordat ze naar bed gaat en weert alle mogelijk stoorzenders uit haar slaapkamer, zoals beeldschermen en wekkers. Aan blowen, ook een optie volgens sommige kennissen, begint ze niet. “Niks voor mij. Stel dat je ontdekt dat het werkt, dan is het makkelijk om je erin te verliezen. Voor je het weet ben je afhankelijk. Ik ken in mijn omgeving mensen die elke avond blowen. Dan slaap ik liever niet.” Hetzelfde gevaar schuilt in het gebruik van slaapmedicijnen, die naar haar eigen zeggen goed werken. “Ik gebruik ze maar een paar keer per jaar. Het is te verslavingsgevoelig en als je ze hebt ingenomen, kun je 24 uur daarna geen autorijden.”

HULPHOND VOOR HET SLAPEN?

Saskia komt van ver. Via speciaal basisonderwijs, het vmbo en de mbo-richting Dierenwelzijn, belandt ze voor een stage in een dierenwinkel. Ze vindt het geweldig werk, maar wil toch verder. Op dit moment onderzoekt ze de invloed van dieren in de menselijke gezondheidszorg (hbo Dier en Gezondheid, red.). Zo deed ze onder meer



Regelmatig slaapt Saskia maar 2 tot 4 uur per nacht



onderzoek naar de invloed van katten op mensen met dementie. Saskia is ervan overtuigd dat mensen met een hond beter slapen dan zonder. Simpelweg omdat ze door het wandelen met het dier meer beweging krijgen, frisse lucht inademen en zonlicht opdoen. Daarnaast komen er door het aaien hormonen vrij die ervoor zorgen dat je je geborgen en veilig voelt. Saskia: “Onze hbo-opleiding geeft veel informatie over het blindengeleidehonden-instituut. Ik heb stiekem weleens gehoopt, dat ik in aanmerking zou komen voor een hulphond. Als je een nachtmerrie hebt, maakt die je wakker.”

‘IK HEB HET GEACCEPTEERD’
Thuis heeft Saskia vogels, haar lievelingsdieren. Als ze ’s nachts wakker wordt van een nare droom, vindt ze het een geruststellende gedachte om de onverstoorbare beestjes om zich heen te hebben.

Saskia: “Vrienden zijn al honderden keren in mijn dromen doodgegaan, maar ik zie ook zombies en monsters. Tijdens mijn werk in de dierenwinkel; droomde ik heel vaak van dieren, die al heel lang geen eten meer hadden gehad. Zodra ik het blik met voer opendeed, kwamen er nog meer hongerige beesten uit. Wat ik ook aan eten en drinken gaf, ze bleven uitgehongerd.”

Haar nachtmerries zijn elke keer weer anders. Saskia heeft geprobeerd met speciale technieken de nachtelijke waanvoorstellingen onder controle te krijgen (EMDR- en Lucide droomtechnieken). Niets hielp. “Ik probeer er daarom maar de lol van in te zien en het niet te zwaar te maken. Bovendien heb ik ervaren, als ik het mensen uitleg dat er altijd begrip voor is. Het hoort bij mijn leven, ik heb het geaccepteerd.”

VROUWEN SLAPEN SLECHTER DAN MANNEN

25 procent van de jonge vrouwen in Nederland (18-25 jaar) heeft moeite met in slaap komen, tegen 19 procent van de jonge mannen. Bij de 65-plussers is dit verschil nog groter: 19 procent (vrouwen) tegen 7 procent (mannen). Worden vrouwen 's nachts wakker, dan vallen ze moeilijk weer in slaap. Dat geldt voor 28 procent van de pubers (14-17 jaar) en 25 procent van de 65-plussers.

WAKKER WORDEN

Hoe ouder je wordt, hoe minder je slaapt:

- 3-5 jaar - 11,6 slaapuren
- 6-13 jaar - 10,7 slaapuren
- 14-17 jaar - 8,0 slaapuren
- 18-25 jaar - 7,5 slaapuren
- 26-40 jaar - 7,2 slaapuren
- 41-65 jaar - 7,0 slaapuren
- 65+ - 7,0 slaapuren

Het overgrote deel van alle Nederlanders (90 procent) slaapt de aanbevolen 7 tot 9 uur. Dit betekent niet automatisch dat we ook goede slapers zijn.



Stel dat je zo slecht slaapt dat je door het UWV (deels) arbeidsongeschikt wordt verklaard?

Dan wordt jouw pensioenopbouw premievrij voortgezet. Wanneer je pensioen opbouwt bij Pensioenfonds Detailhandel en je arbeidsongeschikt wordt verklaard, hoef je zelf geen pensioenpremie meer te betalen. Let op! Je moet wel tijdens het dienstverband ziek zijn geworden.

Kijk voor meer informatie op:
pensioenfondsdetailhandel.nl

In stille paniek zocht ik naar de juiste woorden

Column: Marianne Kronenberg

“Hoe vind je zelf dat het gaat?”, vroeg de functionaris van personeelszaken, die tegenover mij had plaatsgenomen. Hij keek mij monsterend aan. Alsof ik zo zou opbiechten dat ik eigenlijk een medewerker van niks was. In stille paniek zocht ik naar de juiste woorden. Ze kwamen niet.

Jaren later en diverse werkgevers verder, raakte ik steeds meer bedreven in de manier waarop ik functioneringsgesprekken aan moest gaan. Wat je wel en niet moest zeggen en dat je, in het ergste geval, een lading kritiek over je heen kon krijgen. Ik had ook geleerd, als ik van het meest negatieve scenario uitging, het alleen maar mee kon vallen.

Ben ik daarmee een tegenstander geworden van het functioneringsgesprek?

Ja en nee.

Het is namelijk verstandig om met je werkgever in gesprek te raken over je werk. Waar je bijvoorbeeld tegen aanloopt, wat je superleuk vindt om te doen en hoe je jouw groeimogelijkheden naar de toekomst ziet. Ik heb echter moeite met het feit, dat het hélémaal niet wordt gedaan (bij 55 procent van de bedrijven in de detailhandel) of maar één keer per jaar. Zo’n gesprek kan dan topzwaar worden.

Naar mijn smaak zou werk, dat zo’n belangrijk onderdeel is van een mensenleven, niet één keer per jaar moeten worden besproken, maar veel regelmatig. Onlangs hoorde ik Benno Schildkamp daar interessante dingen over zeggen. Hij is directeur van een bedrijf dat maaltijden bezorgt en kreeg van het ministerie van Economische zaken de prijs voor Beste Goede Praktijk van Nederland. Wat hij van functioneringsgesprekken vindt? Schildkamp: “We moeten gewoon weer een beetje normaal leren doen. In plaats van functioneringsgesprekken vaker een kop koffiedrinken met medewerkers. Dan hoor je hoe het echt zit.”

Schildkamp heeft gelijk, vind ik. Ofschoon er niks mis is, met een persoonlijk eindejaarsgesprek - waarin je samen met je werkgever terug- en vooruitkijkt. Zeker zolang het gesprek is gefocust op de dingen die goed zijn gegaan en beter kunnen. Helaas zie je niet zelden het tegenovergestelde gebeuren. Waarom sturen we niet veel meer aan op het talent van mensen? Dat levert voor de organisatie waarschijnlijk veel meer op en kost de werknemer (en werkgever) veel minder (negatieve) energie. Je maakt nu eenmaal sneller stappen als je ergens aanleg voor hebt.

Die tegenwoordigheid van geest had ik niet tijdens mijn eerste functioneringsgesprek. Ik geloof dat ik na een volle minuut ongemakkelijke stilte de wedervraag stelde: Hoe vindt u dat het met uzelf gaat?

De personeelsfunctionaris had niet meteen een antwoord.



Ed Peelen: "Klanten moeten blij zijn dat bedrijven hen om feedback vragen."



Ed Peelen
bijzonder hoogleraar
content marketing
Universiteit van Amsterdam

In de elektronicazaak, bij de bank, na een dinertje of even later thuis. Overal wordt gevraagd om feedback. Is dat nou vooral irritant of juist een zegen voor de consument? En wat heeft de medewerker eraan? Jij&Wij legt het voor aan professor Ed Peelen.

‘Het is ook nooit goed’

Veel consumenten vinden het best vervelend, zo’n beoordelingsformulier. Ze voelen zich een tikkeltje opgelaten als er ter plekke eentje onder hun neus wordt geduwd. Meteen, in de winkel op een tablet, hupsakee. Of anders een uurtje later per email thuis – alsof we al niet genoeg mailtjes ontvangen.

Ed Peelen snapt de irritatie. “Volgens mij storen klanten zich vooral aan de techniek, de manier of het moment waarop om feedback wordt gevraagd. Lange vragenlijsten zijn bijvoorbeeld niet echt klantvriendelijk. Soms wordt op verschillende contactmomenten om een beoordeling gevraagd. Na een telefoontje, een chat, email en aankoop. Dan ontstaat een overdaad aan vragen.” Lachend: “Wij vinden dat bedrijven moeten luisteren naar de consument, nu doen ze het en vindt de klant het irritant. Het is ook nooit goed!” Weer serieus: “Klanten moeten blij zijn dat bedrijven hen

om feedback vragen. Ondernemingen kunnen oplossingen bedenken voor consumentenzaken die niet goed lopen, zoals bereikbaarheid, communicatie, voorwaarden etc. Als organisatie kom je niet meer weg met het excuus: ‘Sorry, dat valt onder de kleine lettertjes’.”

BIG BROTHER

Op menig informatielijst staan ook vragen over het functioneren van de desbetreffende medewerker. Het is niet ondenkbaar dat hij of zij er vooral positief gestemde klanten uitpikt, om zeker te zijn van een goede beoordeling. Wat heeft een bedrijf aan feedback, die niet bepaald representatief is? “Weinig,” antwoordt Peelen. “Je ziet soms ook scores die on-Nederlands hoog zijn.”

Maar goed uitgevoerde feedback is volgens de professor ‘geen wassen neus’. “Kijk, op de persoon spelen heeft geen zin. Een beoordeling moet

vooral geen individuele consequenties hebben. Gebeurt dat wel, dan ontstaat op de werkvloer een gevoel van ‘Big Brother is watching you’, een sfeer van wantrouwen. Beter is het om de mening van klanten te gebruiken als leerstof voor bijvoorbeeld een leertraject. Medewerkers kunnen samen pijnpunten vaststellen en er oplossingen voor bedenken. Beoordelen en leren; het is de beste manier om klantvriendelijker te worden.”

KRITISCHE JAPANNERS

We danken de enquêteurage aan de Amerikaan Fred Reichheld, een professor aan Harvard. Eind jaren negentig bedacht hij de ultieme vraag: ‘Zou je me aanbevelen?’ Met als subvraag: ‘Waarom wel/niet?’ “Zo’n simpele en zeer effectieve poging om informatie te vergaren, stelde bedrijven in staat om de mening van klanten te peilen, zonder ze lastig te vallen met ellenlange informatielijsten,” legt Peelen uit. “In 2003 is de Net Promotor Score daaruit ontwikkeld, afgekort NPS. Het is een manier om erachter te komen in hoeverre producten en dienstverlening op een schaal van 0 tot 10 de moeite waard zijn, om aan je vrienden te vertellen, dus om te promoten. Veel grote en middelgrote bedrijven gebruiken het om klantloyaliteit inzichtelijk te maken. Uit onderzoek blijkt, dat bedrijven met een hoge NPS veel loyale klanten hebben, die vaker een herhalingsaankoop doen.” Het peilen van klanten begon in Amerika en Engeland. Vandaaruit is het fenomeen overgewaaid naar Nederland. De Nederlandse klant is volgens Peelen in het algemeen ‘aardig positief’ als het gaat om cijfers geven. “Amerikanen en Engelsen zijn nog veel enthousiaster. Japanners geven veruit de laagste cijfers ter wereld.”



Ed Peelen over CoolBlue: "De creatieve, persoonlijke communicatie. Een handgeschreven briefje, een toegezonden filmpje als antwoord op een vraag; compleet in lijn met de belofte: alles voor een glimlach."



Over BMW: "Dit merk maakt zijn beloften waar."



Over Carglass: "Een van de eersten met een uitgekristalliseerd meetsysteem waarin de juiste contactmomenten worden onderzocht, medewerkers continu zoeken naar wegen om de dienstverlening en communicatie te verbeteren, direct gereageerd wordt op metingen indien nodig of handig, er uitgebreid wordt gebenchmarkt."

Over SuitSupply: "Goede integratie van digitale kanalen waardoor persoonlijke, tijdige communicatie met klanten mogelijk is."





berg informatie over zich heen gestort. Door zorgvuldig en eenvoudig te communiceren help je de klant goed op weg met je rijkdom aan ervaring.

Het doorschieten in Jip en Janneke-taal is een brug te ver. Eenvoudig betekent nadrukkelijk niet kinderachtig.

3. Je bent vriendelijk

De klant waardeert een optimistische en realistische benadering van zaken doen. Hij wil verder op weg geholpen worden. Het draait in essentie om wat hij/zij wil. Een vriendelijk woord, een glimlach en de klant echt willen helpen bevordert het contact.

4. Je wilt echt helpen

Klanten waarderen het dat je ze snel en effectief bij vragen helpt. Maak het hem of haar vooral makkelijk zaken met je te doen. Je creëert direct een enorme klantenloyaliteit voor je bedrijf.

5. Je verplaats je in de klant

Geef antwoord op de vraag 'Als ik de klant was, wat zou ik willen?' Vergelijk je antwoord met die van de antwoorden van klanten nadat je wat voor ze gedaan hebt. Dit komt je zakelijke dienst ten goede.

Moraal van dit verhaal: overtref de verwachtingen van je klant.

Vraag klanten, nadat je een dienst hebt geleverd, hoe ze dit hebben ervaren. Dit leert je nog beter te kijken door de ogen van de klant.

NERVEUS

Gebeurt er ook daadwerkelijk iets met al die klantbeoordelingen, of gaan ze regelrecht de prullenbak in? Veel bedrijven doen er echt wat mee, meent Peelen. Als 'mooi voorbeeld' noemt hij een Nederlands bedrijf in de automotive branche die hij van nabij volgde. "Ik noem de naam liever niet, maar enkele jaren geleden begonnen ze met het vragen om feedback. Het management was bij de invoering ervan behoorlijk nerveus. Zou het personeel het wel pikken? Maar het ging goed. Vervolgens heb je tijd nodig om de reacties te verzamelen en daar concrete verbeterpunten uit te halen. Het daadwerkelijk doorvoeren ervan in het bedrijf kost tijd. Dat proces duurt al gauw twee jaar. Je ziet daarna wel echt veranderingen op het gebied van klantvriendelijkheid. Na een tijdje is de groei daar echter ook uit. Dan kun je als organisatie nog één ding doen om de klantvriendelijkheid naar een nog hoger plan te tillen: het aanpakken van de bedrijfscultuur."

TOOLKIT KLANTGERICHT WERKEN

Beloof je klanten alleen dingen die je ook echt na kunt komen en breng de boodschap duidelijk over. Klanten-expert Richard de Vries geeft op de blog van Sprout 5 tips om oprecht klantgericht te kunnen werken.

1. Je bent te vertrouwen

Het vertrouwen in je bedrijf neemt zienderogen toe door elke afspraak met je klanten na te komen. Mocht je een afspraak door onvoorziene redenen niet kunnen nakomen, kom dan direct in actie. Neem contact op met de klant. Leg duidelijk de reden uit en kom zelf met een alternatief. Henk Gemser, de fameuze schaatscoach, heeft een vuistregel. "Ik kom elke afspraak na. Ik maak alleen afspraken die ik na kan komen".

2. Je bent duidelijk

Hanteer in gesprekken met de klanten KISS. Keep it stupid simple. De klant zal je daarom waarderen. Klanten krijgen dag in dag uit een gigantische

Meer vragen?
Kijk op onze website of
bel met de Pensioendesk:
☎ 0800 - 1972
✉ deelnemer@
pensioenfondsdetailhandel.nl

Vragen AAN DE PENSIOENDESK

1. Ik ben niet getrouwd, maar ik woon wel samen. Is er dan wel iets geregeld voor mijn partner, mocht ik onverhoopt komen te overlijden?

De eerste vereiste om in aanmerking te komen voor het partnerpensioen is dat jij en je partner minimaal 6 maanden op hetzelfde adres ingeschreven staan en dat je een gezamenlijke huishouding voert. Wanneer dit het geval is, kun je jouw partner aanmelden bij ons pensioenfonds. Je vindt op onze website het formulier 'Verklaring samenleving/gezamenlijke huishouding'. Hiermee meld je jouw partner aan.

2. Is er naast een pensioen voor mijn partner bij mijn overlijden ook iets geregeld voor mijn kinderen?

Wanneer je komt te overlijden, hebben jouw kinderen mogelijk recht op wezenpensioen. Dit geldt voor kinderen tot 18 jaar. Voor studerende

kinderen loopt het wezenpensioen onder bepaalde voorwaarden uiterlijk tot 27 jaar door. De kinderen ontvangen automatisch een aanvraagformulier. De hoogte van het wezenpensioen vind je terug op je Uniform Pensioenoverzicht.

3. Vanaf wanneer kan ik eigenlijk met pensioen?

Je mag vanaf 55 jaar met pensioen bij ons pensioenfonds. Omdat je jouw pensioen hebt opgebouwd met een pensioenleeftijd van 67 jaar, wordt jouw pensioen wel lager als je eerder dan 67 jaar met pensioen gaat. Dit komt doordat wij het pensioen dan langer moeten uitkeren. Daarnaast bouw je natuurlijk minder pensioen op dan wanneer je tot 67 jaar zou doorwerken. Wanneer je eerder dan 5 jaar voor het bereiken van je AOW-leeftijd met pensioen wilt, moet je eraan denken dat je daarnaast niet meer mag werken. De financiële gevolgen van een

vervroegd pensioen kun je zelf berekenen op onze pensioenplanner. De pensioenplanner vind je op www.pensioenfondsdetailhandel.nl. Daar log je in met je DigiD op 'Mijn Omgeving'.

4. Kan ik ook controleren of mijn werkgever de premies ook echt betaalt aan het pensioenfonds?

Nee, de premiebetalingen is iets tussen het pensioenfonds en de werkgever. Als er pensioenpremie wordt ingehouden op je salaris, is dat het bewijs dat je recht hebt op een pensioenopbouw. Als je door je werkgever bent aangemeld bij het pensioenfonds, ontvang je ieder jaar een Uniform Pensioenoverzicht. Hier staan de gegevens in waarop je pensioenopbouw is gebaseerd. Aan de hand van het getoonde deeltijdpercentage en salaris kun je controleren of je werkgever de juiste gegevens heeft aangeleverd.



Social media-sterren van de retail

Instagram, Facebook, Twitter... ze worden steeds belangrijker om klanten te winnen, te helpen en te overtuigen. Portret van 5 retailprofessionals die hun weg op de sociale media hebben gevonden.

Tekst: Crissy Mulder | Fotografie: W. Lispier

Arno Koek is eigenaar van Boekhandel Blokker uit Heemstede. Hij verzorgt zelf de social media.

Waarom startte je met social media voor Boekhandel Blokker?

“Vijf jaar geleden zat ik in een luie stoel in Italië. Op Facebook plaatste ik een foto van het boek dat ik las, met daaronder; dit is fantastisch! Tijdens mijn vakantie brachten mensen een bezoek aan mijn boekhandel voor dat specifieke boek. Warempel dacht ik toen. Dit is kennelijk een manier om mensen op ideeën te brengen en aan ons te binden.”

Hoe ziet jouw werkdag eruit?

“Die begint al tijdens mijn treinreis van Leiden naar Heemstede. Onderweg bekijk ik wat er gebeurt op social media. Soms plaats ik een berichtje, inhakend op de actualiteit. Aangekomen op de zaak check ik mijn mail en open de deuren. Dan gaan we aan de slag. Komt er overdag een interessant nieuw boek binnen, dan neem ik een foto van de cover tegen de gevel van Blokker. Die deel ik dan online.”

Wat maakt Boekhandel Blokker bijzonder?

“Een boekhandel is als een snoepwinkel. Mensen vinden het fijn om bij ons rond

te struinen. Wij zijn nog een authentieke boekhandel, verkopen bijvoorbeeld geen tijdschriften, maar brengen voor 95 procent boeken. Desalniettemin gaan wij met onze tijd mee. Op social media, met een digitale klantenkaart en interessante samenwerkingen.”

Waar geloof je in?

“Ik geloof in de toekomst van het papieren boek. Mensen blijven altijd lezen. Op vakantie wellicht digitaal, maar thuis toch weer lekker op de bank met een boek.”

Hoe verleid je jouw doelgroep op social media?

“Met boekentips en activiteiten. Soms adverteer ik op Facebook, dan zoek ik in de regio een bepaalde doelgroep op. Zo breid ik mijn klantenkring uit.”

Zou Blokker zonder social media ook zo groot zijn?

“Dat vraag ik me weleens af. Ik denk het niet. Zonder social media bereik ik een deel van mijn klanten niet. Met name degenen die druk zijn overdag en 's avonds hun social media checken.”

1.772 likes

858 volgers

817 volgers



RIA STRUIJK - ACTION

Ria Struijk beheert de Facebook fanpage van Action. Met maar liefst 346.000 volgers, creëert zij een ongekend succes.

Wanneer en waarom startte je de fanpage voor Action?

“Zo’n tien jaar geleden vroegen een vriendin en ik ons af wat het effect van een bedrijf op social media kon zijn. In die tijd was dat nog iets unieks. We daagden elkaar uit. De eerste met tweehonderd volgers, kreeg een etentje van de ander. Diezelfde avond maakte ik voor Action een fanpage aan op Hyves. Ik plaatste wat inspiratietips en ging naar bed. De volgende ochtend viel mijn mond open van verbazing; ik had al 300 volgers. Yes, dat etentje was voor mij!”

Wat plaats je zoal?

“Dagelijks loop ik door de Action en

doe ik inspiratie op voor knutseltips.

Deze week maakte ik in een glazen bol een kersttafereeltje. Dat deel ik dan op Facebook. Daarnaast doe ik veel met decoratie en plaats ik zo nu en dan een handige schoonmaaktip.”

Hoe verklaar je het succes?

“De meeste mensen weten dat ik zelf niet van Action ben en zien mij als vrolijke inspirator of zelfs als virtuele vriendin. Hoe dat zo komt? Dankzij een stukje eigenheid. Ik ga niet voor commercieel, maar houd het persoonlijk.”

Wat heb jij zelf met Action?

“Action is er voor iedereen. Het heeft heel breed en goedkoop assortiment. Dat biedt mogelijkheden.”

Wat wil je bereiken met de pagina?

“Ik hoop wat meer gezelligheid te brengen en de wereld een stukje

mooier te maken. Onlangs hoorde ik over een gehandicapt meisje dat heel veel waarde hechtte aan haar dekentje van Action. Het was echter erg versleten. Ik deed een oproep voor een nieuwe en ontving massaal andere exemplaren. Dat is toch fantastisch? Als ik een klein beetje zonneshijns kan brengen, is mijn dag goed.”

Hoe veranderde de fanpage jouw leven?

“Het nam mijn leven over. Ik ontvang zo’n tweehonderd mails per dag, word herkend op straat, gevraagd voor interviews, gastcolleges en ondernemersverenigingen. Dat terwijl ik eigenlijk helemaal niets van computers en ‘online zijn’ weet. Dat is toch wel heel leuk.”

Wat wens je voor de toekomst?

“Een half miljoen volgers!”

« RIA STRUIJK - ACTION
👍 346.377 likes

» SHARON HILGERS - MY JEWELLERY
👍 193.000 likes
👤 896.000 volgers

SHOPPEN OP INSTAGRAM

De meeste merken starten een Instagram-account met als voornaamste reden 'branding'. Dit is de perfecte plek om je producten te showcasen. Vanuit de consument is er steeds meer de behoefte ontstaan om de producten direct aan te schaffen. Je ziet een mooi paar schoenen en wil niet eerst de app sluiten om vervolgens je browser te openen en de webshop af te struinen. Hoe meer stappen naar de aankoop van het product of dienst, hoe meer er fout kan gaan. Dit is een gemiste kans voor retailers.

“Als ik een klein beetje zonneshijns kan brengen, is mijn dag goed”



SHARON HILGERS - MY JEWELLERY

6 jaar geleden begon Sharon Hilgers haar webshop My Jewellery. Wat begon als een hobby, is uitgegroeid tot een bedrijf met meer dan 100 werknemers, 5 winkels en elke dag de nieuwste trendy items online, waar duizenden meiden in Nederland helemaal gek van zijn.

Je zet jezelf neer als ‘het gezicht’ van My Jewellery. Waarom doe je dat?

"Wanneer er een sterke visie en passie is vanuit een persoon, denk ik dat de klant dit moet voelen, wat je ook doet of verkoopt. Ik zet mezelf neer als het gezicht, maar laat hierin wel ontwikkeling zien. Zes jaar geleden was het meer van: Kijk mij eens leuke armbandjes verkopen."

Op Instagram heeft My Jewellery 884.000 volgers. Toch blijf je gebruik maken van offline uitingen. Voegt dit veel toe?

"Zeker! Je moet blijven verrassen. Het is leuk als je plotseling een banner van ons tegenkomt op het treinstation. Daardoor komt het merk meer tot leven. Dat geldt ook voor de winkels: Ik wil dat My Jewellery zichtbaar is in het winkelstraatbeeld."

Je hebt een groot team om je heen. Waarom doe je de social media dan toch grotendeels zelf?

"Ik vind het belangrijk om in gesprek te blijven met de klant. Ik kan hele avonden op mijn telefoon naar getagde berichten kijken. Ik zit bovenop wat de klant zegt en vindt."

Zou My Jewellery zonder social media ook zo groot zijn?

"Ja, maar dan had ik het op een meer natuurlijke manier moeten aanpakken. De vraag hebben wij eigenlijk zelf gecreëerd. De spullen in ons magazijn kun je ook in de stad kopen. Wij zijn gewoon een leuk bedrijf, met normale meiden en verkopen spulletjes waarmee je er goed uit kunt zien. Wij willen dichtbij de klant staan en hen het gevoel geven dat we vriendinnen zouden kunnen zijn."



LISA BROEDERS - LUCARDI
Lisa Broeders coördineert voor
Lucardi Juwelier de social media.
Het leukste aan haar werk?
Het bieden van inspiratie en de
interactie met de klant.

Hoe ziet jouw werkdag eruit?
 “Op basis van lopende campagnes, bedenk, maak en plan ik de content. Daarnaast onderhoud ik het online contact met klanten op de social media kanalen. Ik beantwoord vragen en haak in op reacties. Ik zoek echt de interactie op.”

Waar geloven jullie in?
 “Wij kunnen iedereen blij maken met een cadeautje. ‘Met liefde gegeven’, luidt onze slogan en dat is niet voor niets. Wij vinden dat de wereld een stukje leuker wordt, als we elkaar allemaal wat extra aandacht geven.”

Hoe vertaal je dat naar social media?
 “Online probeer ik mensen te verrassen. Ik laat zien welke draagmogelijkheden en combinaties in sieraden mogelijk zijn. Ik bied inspiratie en help met cadeaukeuzes.”

Zou Lucardi zonder social media ook zo groot zijn?
 “Ik denk van wel. Waarom? Omdat Lucardi zelf al een grote naam is. Op dit moment is social media ondersteunend, maar ik merk wel dat het een steeds grotere rol speelt binnen het bedrijf.”

Wat betekent social media voor Lucardi?
 “Het biedt ons een hele goede tool om meer te interacteren met onze doelgroep. Daarnaast is het een kanaal waarop wij klanten hopen te inspireren.”

CARLO CRAMER - 'T STOEPJE
Carlo Cramer werkt als Food
Marketeer bij Market Food Group,
moederorganisatie van o.a. Bakkerij 't
Stoepje en Le Perron. Voor 't Stoepje
coördineert hij de social media.

Hoe ziet jouw werkdag eruit?
 “Gemiddeld genomen? Nooit hetzelfde. Vaak krijg ik á la minute aanvragen binnen. Daarnaast bespreek ik met de formulemanagers de wekelijkse acties. Op basis daarvan bepaal ik de inzet van marketing- en communicatieactiviteiten.”

Zit je op een aparte plek in de organisatie?
 “In een kleinschalige informele setting. Op elk moment van de dag kan iedereen bij me binnenvallen. Om 12 uur lunchen we samen. Natuurlijk met vers brood uit eigen bakkerij.”

Welke functies zitten in jouw team?
 “Ik ben het aanspreekpunt op het gebied van marketing en communicatie, maar schakel met veel mensen. Van interne productontwikkelaars en formulemanagers tot het extern grafisch bureau.”

Waar geloven jullie in?
 “Voor Bakkerij 't Stoepje introduceren we een nieuwe formule. We gaan meer naar beleving en betrokkenheid. Bij Le Perron geloven we vooral in het duurzame en bewuste aspect van het leven.”

Zou 't Stoepje zonder social media ook zo groot zijn?
 “Ja. Social media is voor 't Stoepje een goede verbinding tussen klant, merk en product, maar geen aanleiding voor het succes. Social media is het bindmiddel voor het contact met onze

doelgroep. Zo creëren we toegevoegde waarde voor de klant in de vorm van storytelling, informatie en interactie.”

Hoe zet je 't Stoepje neer op social media?
 Op onze Facebookpagina brengen wij altijd eigentijdse content die aansluit op de doelgroep. We kiezen voor een heerlijk huiselijk en informeel karakter, waar kwalitatief goede productfotografie centraal staat. We zijn immers een bakkersbedrijf. De bezoeker moet honger krijgen van onze pagina!

Waar zijn jullie trots op?
 “Al anderhalf jaar werken we vol passie aan de nieuwe formule voor 't Stoepje. Alles wordt anders. We spelen in op trends en behoeftes en laten zien dat we klaar zijn voor de toekomst.”

« LISA BROEDERS -
 LUCARDI
 74.994 likes
 5.601 volgers
 1.200 volgers

» CARLO CRAMER -
 'T STOEPJE
 34.000 likes

GEbruik VAN INSTAGRAM
 Over de hele wereld heeft Instagram nu meer dan 600 miljoen maandelijks gebruikers. Voor zover bekend worden er elke dag wereldwijd gemiddeld 95 miljoen foto's en video's gedeeld (gegevens van 2016). Instagram groeide van 2,1 in 2016 naar 3,2 miljoen Nederlandse gebruikers in 2017, waarvan 1,5 miljoen dagelijkse gebruikers.



Beleggen in duurzame huizen en gebouwen

Geen enkel nieuwbouwhuis in Nederland mag over tien jaar nog met een gasaansluiting worden gebouwd. Koken, je huis verwarmen en de warmwatervoorziening moeten straks anders. Wie in huizen, kantoren en winkelpanden investeert, zoals het Pensioenfonds Detailhandel, heeft rekening te houden met dit soort ontwikkelingen. Jij&Wij in gesprek met Henk Groot.

Hoeveel beleggen jullie in vastgoed?

“Circa 5 procent van het totale vermogen (20 miljard euro, red.).

Hoe gaat dat?

“Onze beursgenoteerde vastgoedportefeuille heeft het de afgelopen drie jaar zeer goed gedaan met een gemiddeld rendement (opbrengst, red.) van 11,4 procent per jaar. De niet-beursgenoteerde private vastgoedportefeuille deed het met 10,7 procent iets minder dan beursgenoteerd.”

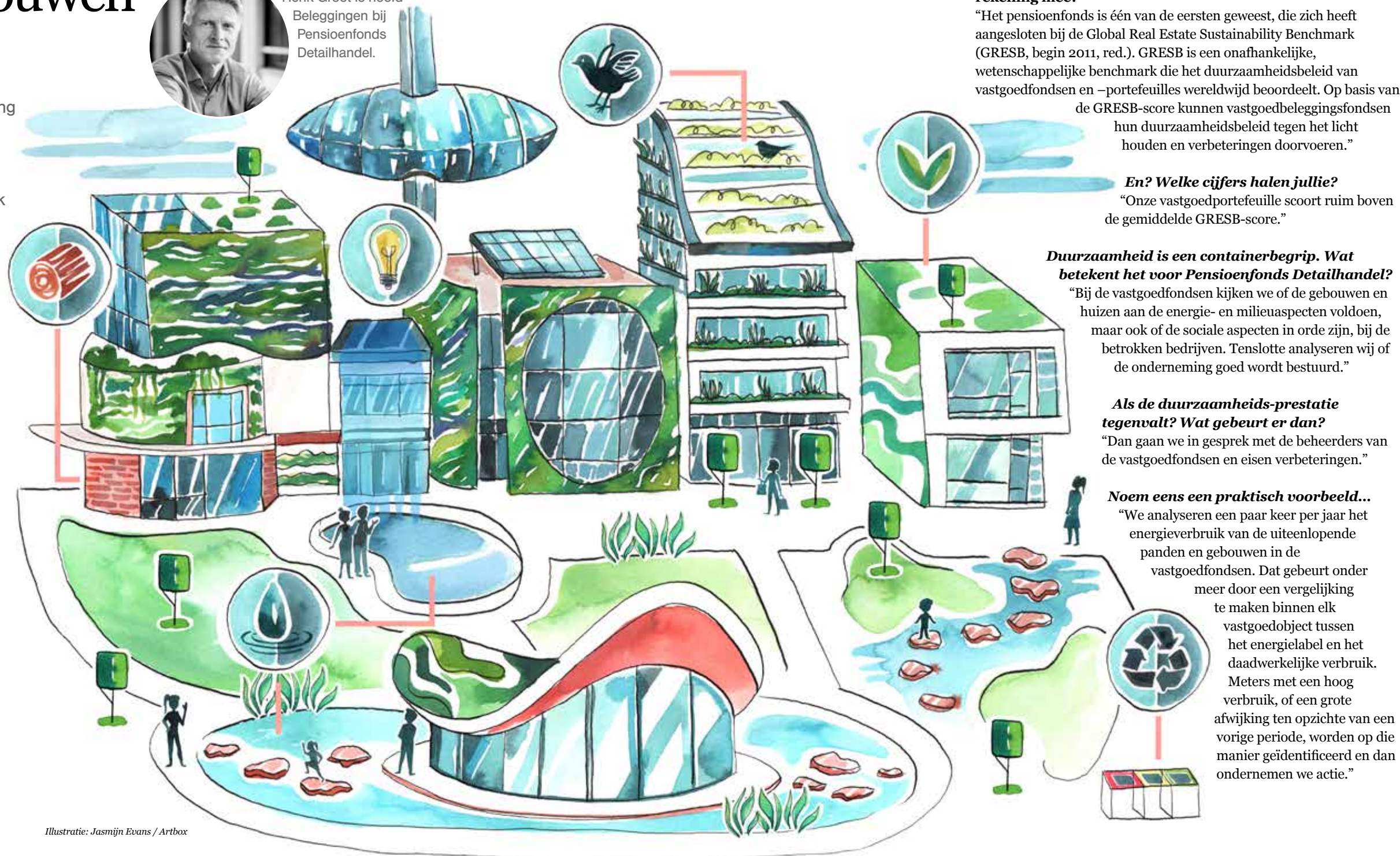
50 procent van de beleggingen steken jullie in beursgenoteerde vastgoedfondsen en 50 procent in private vastgoedfondsen. Wat is het verschil?

“Beursgenoteerd vastgoed wordt publiekelijk verhandeld op de beurs en private vastgoedfondsen niet. Voor de duidelijkheid; wij hebben dus zelf geen ‘stenen’ zoals woningen en kantoren, maar bezitten aandelen van vastgoedfondsen. Nationaal en internationaal.”

Er ligt op dit moment een initiatiefwet in de Tweede Kamer om nieuwbouwwoningen zo snel mogelijk ‘gasloos’ te maken. Duurzaamheid van onder meer



Henk Groot is hoofd Beleggingen bij Pensioenfonds Detailhandel.



Illustratie: Jasmin Evans / Artbox

woningen en kantoorpanden wordt steeds meer een dingetje. Hoe houdt Pensioenfonds Detailhandel daar rekening mee?

“Het pensioenfonds is één van de eersten geweest, die zich heeft aangesloten bij de Global Real Estate Sustainability Benchmark (GRESB, begin 2011, red.). GRESB is een onafhankelijke, wetenschappelijke benchmark die het duurzaamheidsbeleid van vastgoedfondsen en –portefeuilles wereldwijd beoordeelt. Op basis van de GRESB-score kunnen vastgoedbeleggingsfondsen hun duurzaamheidsbeleid tegen het licht houden en verbeteringen doorvoeren.”

En? Welke cijfers halen jullie?

“Onze vastgoedportefeuille scoort ruim boven de gemiddelde GRESB-score.”

Duurzaamheid is een containerbegrip. Wat betekent het voor Pensioenfonds Detailhandel?

“Bij de vastgoedfondsen kijken we of de gebouwen en huizen aan de energie- en milieuaspecten voldoen, maar ook of de sociale aspecten in orde zijn, bij de betrokken bedrijven. Tenslotte analyseren wij of de onderneming goed wordt bestuurd.”

Als de duurzaamheids-prestatie tegenvalt? Wat gebeurt er dan?

“Dan gaan we in gesprek met de beheerders van de vastgoedfondsen en eisen verbeteringen.”

Noem eens een praktisch voorbeeld...

“We analyseren een paar keer per jaar het energieverbruik van de uiteenlopende panden en gebouwen in de vastgoedfondsen. Dat gebeurt onder meer door een vergelijking te maken binnen elk vastgoedobject tussen het energielabel en het daadwerkelijke verbruik. Meters met een hoog verbruik, of een grote afwijking ten opzichte van een vorige periode, worden op die manier geïdentificeerd en dan ondernemen we actie.”

‘Hoe vind je het zelf gaan?’

Bijna de helft van de bedrijven in de detailhandel doet niet aan functioneringsgesprekken. Daarmee bungelt de sector onderaan. Reden om het rituele onderonsje met de manager eens tegen het licht te houden.

Tekst: Alexander Schlangen | Beeld: iStock

“Toen mijn manager weer begon met: ‘Hoe vind je het zelf gaan? Zakte mijn broek af,’ schatert een verkoopster in een winkel voor woonaccessoires. Een positiever geluid komt vanachter de kassa in een warenhuis. “Er is naar me geluisterd. Dat is fijn.” Een belondje levert uiteenlopende reacties op, kenmerkend voor het imago van het functioneringsgesprek in de detailhandel in Nederland. Uit diverse onderzoeken blijkt, dat het functioneringsgesprek niet bijzonder populair is. Zo’n 55 procent van de bedrijven in de sector houdt een dergelijk gesprek, bijna de helft niet. Dat ligt anders bij het bank- en verzekeringswezen, waar 83 procent van de medewerkers een gesprek met een leidinggevende heeft over zijn functioneren. Daar waar het periodieke onderonsje met de baas wordt georganiseerd, is de waardering redelijk tot goed. Zo bestempelt 71 procent van de werknemers die het ritueel meemaken het als nuttig, tegen 94 procent van de managers. Zij waarderen het kennelijk meer dan medewerkers.

Tot zover de statistieken. Even terug naar de basis. Wat is een

functioneringsgesprek eigenlijk? In alle handboeken staat dat het een periodiek gesprek is tussen werknemer en manager. Beiden hebben evenveel inbreng. In het perfecte scenario voer je een openhartige dialoog, gericht op de toekomst en zonder consequenties. Het biedt de mogelijkheid om het over heel veel dingen te hebben, zoals opleidingskansen, werksfeer, doelen, afspraken en verbeterpunten.

HUILENDE COLLEGA'S

Een beoordelingsgesprek is niet hetzelfde als een functioneringsgesprek. In het eerste geval is er sprake van een beoordeling van de leidinggevende. Het resultaat staat van tevoren vast. Het gesprek is vooral eenrichtingsverkeer. Vaak zitten er ook consequenties aan, zoals een loonsverhoging bij goede prestaties of andere maatregelen bij disfunctioneren. In de praktijk worden de twee gesprekken nogal eens door elkaar gehaald. Een hbo-studente met 10 jaar werkervaring in verschillende modewinkels, maakte dat meer dan eens mee. “Ik heb collega’s huilend naar buiten zien komen,” vertelt zij. “Ze kregen een bak kritiek over

Zeg dit nooit...

**Imke Potma - van der Spek, (47),
loopbaancoach & trainer bij
Hartevol**

'EMOTIES ZIJN KILLERS'

“Werknemers durven soms bepaalde zaken niet tegen hun manager te zeggen. Toch is het wel de bedoeling bij een functioneringsgesprek dat je openhartig met elkaar praat. De manier waarop, is héél belangrijk. Val elkaar vooral niet aan, er moet geen gekibbel ontstaan. Daar schiet je niets mee op. ‘Geweldloze communicatie’ werkt het best. Wat ook regelmatig gebeurt, is dat mensen op slot gaan. Ze raken overmand door emoties, omdat ze bijvoorbeeld veel kritiek krijgen. Vraag op zo’n moment een pauze aan om de zaken weer even helder te krijgen. Als heftige emoties opspelen, is dit een killer voor een goed functioneringsgesprek. Ik hoor dikwijls dat er een ‘ongelijke’ dialoog is gevoerd. Vooral doordat leidinggevend vaak beter dan werknemers getraind zijn in het voeren van een gesprek. Zelf een training volgen of goed voorbereiden scheelt veel. Op mijn training behandel ik de theorie en geef adviezen waarmee je een functioneringsgesprek goed kunt voorbereiden. Aan de hand van ervaringen van deelnemers oefenen we vervolgens hoe je bepaalde dingen beter kunt aanpakken.”

TIPS VAN DE TRAINER

1. Bereid je goed voor.
2. Bedenk van tevoren wat er beter kan qua sfeer, werkplek etc.
3. Stel een persoonlijk doel vast

- voor het komende jaar. Bedenk hoe de leidinggevende je hiermee kan helpen.
4. Vraag wat de leidinggevende volgend jaar van jou verwacht, vraag welke concrete en meetbare doelen hij of zij voor ogen heeft.
 5. Wil je een cursus volgen? Zoek uit welke het best bij je past, wat de kosten ervan zijn en hoeveel de meerwaarde is voor jou en de organisatie.
 6. Lees het verslag zorgvuldig. Ergens mee oneens? Teken dan alleen voor ‘gezien’ en niet voor ‘akkoord’.

ZEG DIT NOOIT!

1. ‘Dat is mijn fout niet’
Ook als je gelijk hebt, is het kinderachtig om naar anderen te wijzen.
2. ‘Dat staat niet in mijn functieomschrijving’
Dat kan wel zo zijn, maar je leidinggevende wil liever niet iemand die zich alleen maar houdt aan het eigen takenpakket.
3. ‘Zo ben ik nu eenmaal’
Dan zeg je eigenlijk dat je jezelf niet kunt veranderen. Dat maakt geen goede indruk.
4. ‘Wie zei dat dan?’
Ga na het gesprek niet op strafexercitie door het kantoor op zoek naar degene die iets negatiefs over je heeft gezegd. Vraag liever naar een concreet voorbeeld aan je gesprekspartner.
5. Zwijgen
Volgens specialisten is niets zeggen onverstandig. Het levert een passieve, vervelde en ongeïnteresseerde indruk op.

zich heen en niet de ruimte om zelf iets te zeggen.” Zij wijt dat aan de managers. “Veel leidinggevend zijn behoorlijk jong. Vanuit hun mbo-opleiding of werkgever hebben ze niet de skills meegekregen om een goed functioneringsgesprek te voeren.” Komt bij dat in winkels met kleine teams mensen elkaar goed kennen, vaak ook privé. “Het valt niet mee om dan openhartig over elkaars verbeterpunten te praten,” merkt loopbaantrainer Imke Potma op.

BOMMETJE

Volgens Potma zit het functioneringsgesprek wel in de lift. Zij constateert dat meer bedrijven, vooral de grotere, er werk van maken. “De afgelopen jaren is bij veel winkels gekeken naar de onkosten mede ingegeven door de crisis. Personeel is een grote

kostenpost. Iemand die goed op z’n plek zit, presteert natuurlijk beter. Een functioneringsgesprek kan helpen om het beste uit een medewerker te halen.” Een aantal bedrijven en ketens probeert het functioneringsgesprek effectiever (lees: minder vrijblijvend) te maken. Ze gebruiken de Smart-methode of een afgeleide daarvan: afspraken moeten specifiek, meetbaar, acceptabel en realistisch zijn. Daarbij legt men vast binnen welke tijd ze nagekomen moeten worden. Het geeft leidinggevend de mogelijkheid om medewerkers ergens op aan te spreken. Op steeds meer plekken zwaait de afdeling Personeelszaken met formuleren die van tevoren moeten worden ingevuld. Dat maakt een ‘open’ gesprek een stuk lastiger. Bovendien wordt de verslaglegging gebruikt

voor dossiervorming. Dat is ook tegen de medewerker te gebruiken in bijvoorbeeld een ontslagprocedure. Dit legt een bommetje onder het open en zonder consequenties gevoerde functioneringsgesprek. Volledig afschaffen dan maar? Marijke Weijenburg probeerde het als hoofd personeelszaken bij een grote zorginstelling. ‘Ik wilde twee keer per jaar met iedereen een goed gesprek met de benen op tafel. Het gekke was: mijn medewerkers hechtten grote waarde aan een officieel functioneringsgesprek. Dus moest het formeel. Juist dat formele tintje gaf hen het gevoel dat ze serieus genomen werden.’

Bronnen: CBS, FNV Bondgenoten en functioneringsgesprek.nl

Lees meer op
pensioenfondsdetailhandel.nl

X Shoppen Arnhem

1. Meijer en Floor

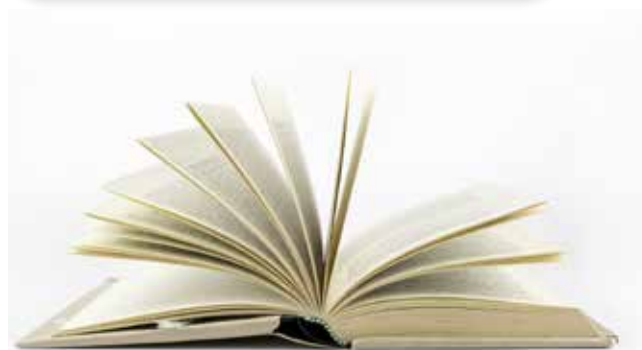
(Koningstraat 31 | meijerenfloor.nl)

In deze lichte interieurwinkel kijk je je ogen uit. Ben je op zoek naar een iets heel anders? Dan slaag je bij Floor en Meijer. Je vindt er van modern tot klassiek en daar tussendoor eigenzinnige decor- en meubelstukken.



Arnhem is een echte modestad, dat zie je in het straatbeeld. Ben je niet zo'n modeliefhebber, maar wil je toch een dagje naar de hoofdstad van Gelderland? Geen probleem. Ook dan kun je je hart ophalen. Van delicatessenwinkeltjes tot interieur: je bent zo een dagje zoet in de stad aan de Rijn.

Tekst: Stéphanie Bloemers



2. Boekhandel Het Colofon

(Steenweg 27 – 29 | hetcolofon.nl)

Met zestig schragen gemaakt van pallets en oude deuren opende Colofon zijn boekenafdeling. Maar je vindt er veel meer, zoals antiek, broccante, meubels en een grote collectie klassieke muziek. Daarnaast is Colofon een podium voor kunst en cultuur. Al het meubilair in de zaak is trouwens te koop. In de koffie- en lunchroom worden streekproducten geserveerd en komt hip Arnhem graag samen.



3. Woarst (Bentinkstraat 55 | Press.woarst.nu)

Of je worst lust? In dit heerlijke delicatessenwinkeltje wil je álles wel meenemen. Zoals de naam doet vermoeden kun je hier heerlijke worst uit onder andere Italië kopen. Maar ook voor wijn, speciaal biertjes en de lekkerste kazen kun je hier terecht.

6. La Don-Don

(Bentinkstraat 53 | ladondon.nl)

Bij La Don-Don kun je terecht voor die echte gezellige 'Country Kitchen' stijl. Zoals servies en keukengerei, maar ook een steeds wisselende collectie vintage meubels en woonaccessoires uit o.a. Engeland. Naast tableware en ovenschalen vind je bij La Don-Don ook keukentextiel, zoals hand- en theedoeken, keuken- schorten en ovenwanten.



Lees meer op pensioenfondsdetailhandel.nl



7. De Tosti Bar

(Koningstraat 69A | Detostibarnhem.nl)

Wie houdt er niet van tosti's? Een tosti is de perfecte, snelle lunch, waarmee je ook nog eens eindeloos kunt combineren. En dit snappen ze bij De Tosti Bar! Je kunt er een tosti uit het vuistje eten of even uitgebreid uitrusten tijdens het shoppen, het kan allemaal! En kom je op vrijdagavond? Dan kun je genieten van een echte kaasfondue!

4. LOFT (Weverstraat 39 | Loft-arnhem.nl)

Een persoonlijke favoriet uit de shopping-trip naar Arnhem, is LOFT. Voor je het weet breng je daar uren door. Ze hebben aan de ene kant prachtige kleding en aan de andere kant inspirerende interieuritems. We love it!



5. Humanoid

(Weverstraat 14 | Shophumanoid.com)

Voor zowel mannen als vrouwen is Humanoid een paradijsje, als het aankomt op hoogwaardige kwaliteit kleding en accessoires van merken als Acne studios en Won Hundred. De meeste collecties die hier worden verkocht, zijn geproduceerd in Europa en bestaan uit handgemaakte, duurzame items. Vakmanschap, oog voor de wereld en met liefde gemaakt. Wat wil je nog meer.



Links: Marco van den Hudding
Rechts: Arjan Stalpers

“Onze vakkenvullers transformeerden van vakkenvullers naar vertellers”

“Welkom bij Vrijbuiten 2.0”, verwelkomt store manager Arjan Stalpers de verslaggever in Zaandam. In dit complex van 8000 vierkante meter staat beleving, voor het hele gezin centraal. Dat zie je aan groene weides met daarop tientallen ruim uitgestalde tenten, diverse stoelen die je kunt uitproberen en een heuse sleebaan voor kinderen. Hier waan je je op vakantie.

Tekst: Crissy Mulder | fotografie: Lize Kraan

Op de sleebaan sjezen kinderen voorbij, terwijl een wat ouder stel iets verderop plaatsneemt in een luxe voortent. Volgens Arjan een normale dag bij Vrijbuiten: “Vorig jaar verbouwden wij onze locatie rigoureuus. We kozen voor uitgestrekte grasvelden en wanden met daarop groene bossen en blokken hout. Alles voor dat extra stukje beleving, dat heerlijke outdoor gevoel.” Floor- en supportmanager Marco van den

Hudding vult Arjan aan: “Voorheen vond je hier alles in dozen en verpakkingen. Toen was het een kwestie van pakken en inladen. Nu laten we onze producten meer spreken. Je kunt alles zelf ervaren, zien en vasthouden. Hier neem je plaats achter een barbecue, ga je liggen in een tent of zitten op een campingstoel. De klant verandert, wij veranderen mee. Wij gaan nu vol voor beleving.”

NEDERLANDERS OP VAKANTIE
Als Nederlanders op vakantie zijn, wordt het thuisland even heel onbelangrijk. Dit blijkt uit het Nationale Camping- & Glampingonderzoek onder 2100 respondenten van Vacanceselect. De meeste Nederlanders, hoe glamorous ze ook kamperen, zijn dan aanzienlijk minder of helemaal niet bereikbaar voor het thuisfront (82 procent). Slechts vijftien procent van de Nederlanders wil per sé een landgenoot naast zich op de camping. De overgrote meerderheid heeft echter absoluut geen bezwaar tegen burens uit een ander land. Tijdens de vakantievoorberedingen zijn het vooral vrouwen die de koffers en tassen van inhoud voorzien (54 procent), maar domineren mannen bij het inladen van de auto (45 procent mannen zelfstandig, 40 procent gezamenlijk met vrouw en 15 procent vrouwen zelf). Onderweg wordt er nauwelijks ruzie gemaakt (in 37 procent van de gevallen). Als er dan toch onenigheid ontstaat, zijn kinderen en files de belangrijkste oorzaak (54 procent). Die ruzietjes zijn echter snel vergeten, zodra de Nederlander op zijn bestemming arriveert. Zo'n 94 procent verkeert meteen al in vakantiestemming, zes procent heeft een paar dagen nodig om te acclimatiseren.

VAN VAKKENVULLER NAAR VERTELLER
Volgens Marco onderging ook het personeel een 2.0 metamorfose: “Onze verkopers transformeerden van vakkenvullers naar vertellers. Waar ze voorheen slechts dozen pakte, gaan ze nu het gesprek aan. Over het product, maar ook over de persoonlijke situatie en wensen van de klant. Ze maken een praatje over vakantieplannen en onderzoeken waar de klant zijn product voor gaat gebruiken. Alles voor die extra interactie en betrokkenheid. Dat maakt de verkoop een stuk persoonlijker en bovenal leuker.”

Vindt de klant niet wat hij zoekt, dan biedt één van de drie online zuilen in het complex uitkomst, vertelt Marco: “Online bieden wij onze producten in diverse kleuren en modellen aan. Op de zuilen in de winkel kan de klant, eventueel met behulp van een verkoper, rustig bladeren door dit



online assortiment. Daarmee bieden wij hem of haar extra service aan.”

VOOR HET HELE GEZIN
Waar de concurrentie inzoomt op het reizende individu, stelt Vrijbouter het gezin centraal, zegt Arjan: “Bij collega's staat in promotiemateriaal vaak iemand alleen op een berg, bij ons zie je het gezin op vakantie. Vrijbouter staat voor ‘Samen buiten’. Quality time met je gezin, vriend of vriendin, voor iedere portemonnee. Zo vind je bij ons premium artikelen, maar ook instappertjes. Want als jij met je gezin met vier kinderen gaat kamperen, wordt je vakantiebudget behoorlijk aangesproken. Daar spelen wij op in.”

Bij binnenkomst merk je dat de Vrijbouter zich op gezinnen richt. Wie niet van joelende kinderen houdt moet uit de buurt van de sleebaan blijven.

“Leuk hè! Je mag straks ook hoor”, lacht Arjan naar de verslaggever. “Marco en ik hebben hem al getest.” Hij vertelt dat kinderen de Vrijbouter een spannende speelplek vinden: “Ze gaan hier echt op ontdekkingstocht. Van sleebaan in de winter tot zwembad in de zomer. Daarnaast vinden ze het fantastisch om in de tenten en de hangmatjes te kruipen. Ouders kunnen hierdoor rustig rondkijken en winkelen.”

BLIK OP DE TOEKOMST
Ook voor het aankomende jaar hebben Marco en Arjan volop nieuwe plannen: “Het stuk beleving bouwen wij in de komende maanden nog verder uit. Wij hopen dat mensen hier op den duur niet alleen voor een product komen, maar ook omdat ze het gewoon zo leuk vinden, bij Vrijbouter Zaandam. We gaan voor een relaxte sfeer met entertainment. Zo geven we binnenkort gratis skiles. Dan zorgen we voor een kuub sneeuw en kun je ski's uitproberen op een lopende band. Klanten bedienen wij bovendien op ieder kanaal. Internet en winkel worden steeds meer één. Bestel je vandaag, dan leveren wij morgen. Waar? Dat maakt ons niets uit. Bij de klant thuis of direct op de camping. Wij zorgen ervoor dat het product op de juiste plek komt. Ook in



kleding doen wij een forse investering. Wandelen en functionele buitenkleding worden steeds populairder. Met die trend gaan wij mee.”

BUITENMANNEN
Wat deze mannen zelf hebben met buiten zijn? “Een heleboel,” zegt Arjan: “Ik krijg er energie van. Vooral als ik met mensen ben die ik leuk vind. Zo ga ik er graag op uit met mijn gezin, in de camper, en pak om de zoveel tijd de kano met een paar vrienden. Dan reizen we bijvoorbeeld af naar Zweden om te peddelen op zee. Van jongs af aan ben ik een echte outdoor liefhebber. Ik vind het heerlijk om te kamperen en ben een fervent wintersporter. Daarbij groeide ik op in een retailfamilie. Die twee liefdes komen nu samen bij Vrijbouter, in een omgeving die prikkelt. Fantastisch toch?”



Wat is waardeoverdracht?

Verandering van werkgever:
Als je door het lezen van dit verhaal zin hebt gekregen om van baan te switchen, weet dan dat je je opgebouwde pensioen mee mag nemen naar het pensioenfonds van de nieuwe werkgever. Je deelname aan Pensioenfonds Detailhandel stopt als je naar een andere werkgever gaat, die niet bij ons is aangesloten. Vanwege de overzichtelijkheid kan het handig zijn om al je opgebouwde pensioenen bij één pensioenfonds onder te brengen. Dit heet waardeoverdracht. Of dat financieel verstandig is, hangt af van de verschillen tussen de pensioenregeling van Pensioenfonds Detailhandel en die van jouw nieuwe pensioenfonds. Laat je daarover goed informeren.

Ga voor meer details naar:
pensioenfondsdetailhandel.nl

“Het is het paradijs hier”

De één woont op anderhalf uur rijden van Marseille (Corry van Schadewijk), de ander op driekwartier van Toulouse (Petra van Huijstee). Hun werkzame leven lang droomden ze van een huisje in Frankrijk. Na hun pensioen, besloten ze de daad bij het woord te voegen.

Tekst: Kees Beudeker | Fotografie: Juan Robert (Corry) + Jean-Marc Barrère (Petra)

Corry van Schadewijk en haar man Rien bouwden een huis in het departement Drome Valence in Frankrijk

“Het is de natuur, de rust, je kunt hier skiën, surfen en golfen, alles is op rij-afstand”

Corry en Petra kennen elkaar niet. Wat ze verenigd is hun achtergrond in de detailhandel en een huis in het zuiden van Frankrijk. Corry werkte een groot deel van haar leven als medewerkster van een bibliotheek en de laatste acht jaar voor haar pensioen, als verkoopster in een boekenzaak in Vught. Petra was assistent voor internationale verkoopleiders in de textielindustrie, stewardess voor de KLM en bestierde daarna samen met haar man drie damesmodezaken. Toen laatstgenoemde overspannen raakte en Petra er alleen voor kwam te staan, besloten ze langzaam af te bouwen. Hun laatste winkel verkochten ze in 1999, waarna ze, in eerste instantie, op zoek gingen naar een tweede huis. Voor Corry lag dat anders. Haar man mocht vervroegd met pensioen en het liefst wilden ze uit Nederland weg en in het dorpje Saillans gaan wonen, in het departement Drome Valence. Daar hadden ze twintig jaar lang met veel plezier hun vakanties doorgebracht. Eerst keken ze naar bestaande huizen, totdat hun oog viel op een advertentie in het plaatselijke krantje, waarin gemeentegrond te koop stond. “Dat

hebben we vrijwel meteen gekocht,” vertelt Corry. “Zo konden we het huis helemaal naar onze smaak bouwen met een groot terras op het zuiden”. Om een beetje goodwill in de buurt te creëren, werkten Corry en haar man samen met vakmensen uit het dorp. “Daar zijn goede vriendschappen uit ontstaan.”

UITZICHT OP DE SNEEUWTOPPEN VAN DE PYRENEEËN

“Het is hier echt het paradijs,” zegt Petra. Met haar man woont ze in het dorpje Monties in de regio Occitanië, vlakbij de Pyreneeën. Ze ontdekten het tijdens een vakantie bij vrienden. Petra is sowieso verknocht aan Frankrijk én aan reizen. Toen Petra nog vloog voor de KLM, maakten ze regelmatig gebruik van de toenmalige wereld- en Europa ticketregelingen van de luchtvaartmaatschappij. Daarmee konden ze voor ‘een appel en een ei’ de continenten bezoeken. Volgens Petra sta je binnen tweeëneenhalf uur rijden van hun huis aan de Middellandse zee of de Atlantische oceaan en in de verte glinstert het wit van de eeuwige sneeuw van de Pyreneeën. “Het is de natuur, de rust, je kunt hier skiën, surfen en golfen, alles is op rij-afstand.”



Petra van Huijstee emigreerde in 1999 naar de regio Occitanië vlakbij de Pyreneeën



Wanneer kun je met pensioen?	
	In Nederland bestaat pensioen uit AOW en ouderdomspensioen. Een aantal jaren geleden kreeg iedereen dit inkomen vanaf 65 jaar. De overheid verhoogt de AOW-leeftijd in stapjes. Hoe jonger je nu bent, des te later krijg je AOW. Bij Pensioenfonds Detailhandel is 67 jaar de huidige pensioenleeftijd. Tot 2020 loopt het ingaan van het ouderdomspensioen niet gelijk aan de AOW. Het is wel mogelijk om het gelijktijdig in te laten gaan. Om het makkelijker te maken, vraagt het pensioenfonds 6 maanden voor je AOW-datum wanneer je met pensioen wilt.
	Let op: je kunt dus eerder, maar ook later met pensioen dan op je 67ste! Het Pensioenfonds Detailhandel biedt de mogelijkheid om je pensioendatum aan te passen. Check jouw pensioenleeftijd op: svb.nl





Voor Jos, de man van Petra, moest het huis per se op een heuvel liggen

Petra en haar man kochten een oud boerderijtje, waar ze zo in konden trekken. De zoektocht deden ze zelf, zonder makelaar. Ze hadden geleerd welke vragen ze moesten stellen over onder meer, asbest en boktor. Het moest per se een huis op een heuvel worden met veel rotzooi. Petra: “Een erf met landbouwmachines en oud gereedschap. We hebben het boerderijtje gekocht van een Franse boer, die zelf in het huis was geboren. Zijn betovergrootouders hadden het ooit laten bouwen, de Saint Laurent’s, verre-familie van die beroemde modeontwerper.”

APPELSTROOP MISSCHIEN?

Alles in het huis van Corry is gelijkvloers gemaakt. Wie ze zoekt, vindt ze meestal op hun 60 vierkante meter tellende terras. Lezen, een glas wijn, een kaartje leggen en eten met vrienden uit het dorp. Dat doen ze daar het liefst. Pas na de economische crisis wisten Corry en haar man hun huis in Brabant te verkopen. Sindsdien wonen ze permanent in Frankrijk. In de zomer is het hier volgens Corry uitbundig en in de winter rustig.

Elke zondag gaan ze naar de markt in het dorpje Saillans en bezoeken de ontmoetingsplek: het café. “We zijn hier goed ingeburgerd,” zegt Corry. “Zitten niet op een eiland en genieten volop. We hoeven niet meer te werken en doen alles op ons gemak. Ik lees veel en we wandelen met de hond. Aan Nederland missen we weinig. Appelstroop misschien, maar dat nemen de kinderen of vrienden voor ons mee en boerenkool kun je hier gewoon kopen. Datzelfde geldt voor Nederlandse boeken, via de e-reader. En als we onze kinderen en kleinkinderen willen zien, pakken we het vliegtuig van Marseille naar Eindhoven.”

“WIJ ZIJN NOGAL ‘ORGANISEERDERIG’”

“Mijn man kan ergens goed doorheen kijken,” legt Petra uit. “Hoe iets kan worden, zoals het boerderijtje. Hij zag meteen de mogelijkheden. Het huis lag op de flank van een heuvel, met beperkt uitzicht. We hebben gewoon een stuk land verschoven met een shovel, waardoor we nu vrij uitzicht hebben op de Pyreneeën. Bovenop de heuvel is ook het zwembad gebouwd plus een

zomerhuis met gastenkamers voor familie en vrienden. In de verste verte zie je geen burens. Hier is de tijd zoals het vroeger was, 50 jaar geleden.”

Onlangs was Petra in Nederland voor een 50-jarig huwelijksfeest van een vriendin. Ze werden helemaal ‘mesjogge’ van de drukte en stonden in de grootste Nederlandse file allertijden. “Mijn man kreeg gelijk weer last van stress,” herkende Petra. “We zijn die drukte niet meer gewend. De rust is hier heerlijk. Bovendien zijn we redelijkerwijs ingeburgerd. Je hebt natuurlijk geen historie met de Franse bevolking, daarom ben ik lid geworden van de jachtvereniging. Niet om te schieten, maar om de flora en fauna beter te begrijpen en te integreren. Zo hebben wij goede vrienden gekregen, waarmee we ontzettend gezellige maaltijden organiseren. Daarnaast hebben mijn man en ik voor de Nederlanders om

ons heen een bridge-, schaak-, golf- en eetclub opgericht. Wij zijn nogal ‘organiseerderig,’ moet u weten.”

EEUWIGDURENDE GRAFRECHTEN

Met de Franse taal redden Corry en Petra zich prima, maar het lukt niet meer om het echt tot in de finesses te spreken en begrijpen. Petra leest wel twee keer per week de Franse kranten en volgt in het bijzonder de politiek & wetgeving. Corry helpt als vrijwilliger in de dorpsbibliotheek van Saillans de boeken innemen en scannen. Onafhankelijk van elkaar hebben zowel Petra als Corry het gevoel dat ze hier oud gaan worden. Corry: “Ik kan niet ver in de toekomst kijken, maar we leven hier veel soberder en met de natuur mee.” Petra: “Mijn man heeft al eeuwigdurende grafrechten voor ons beiden afgekocht voor 60 euro per persoon. Onze wens is om hier nog zo lang mogelijk te blijven wonen.”



Corry tekent en leest veel. Ze gaat ook graag wandelen met de hond. Iedere zondag bezoekt ze de markt in Saillans



Wat is pensioen in Nederland?

Wanneer je met pensioen gaat, stopt je salaris. Daar komen andere inkomstenbronnen voor in de plaats:

A. AOW
AOW staat voor ‘Algemene Ouderdomswet’. Dat is een maandelijkse uitkering die alle Nederlanders van de overheid ontvangen vanaf het moment dat de AOW-leeftijd is bereikt. Hoe hoog dat bedrag is, hangt af van het aantal jaren dat je in Nederland hebt gewoond. AOW is de eerste inkomstenbron van iedere Nederlander die met pensioen gaat.

B. Pensioen
Pensioen is voor de deelnemers van Pensioenfonds Detailhandel de tweede inkomstenbron als je in loondienst hebt gewerkt. Je begint met het opbouwen van je pensioen op het moment dat je in loondienst komt en 20 jaar oud bent.

Het pensioen bestaat bij Pensioenfonds Detailhandel uit:

- Ouderdomspensioen: een uitkering zolang je leeft;
- Partnerpensioen: een uitkering voor je nabestaande(n), als je komt te overlijden.

Je bouwt ouderdoms- en partner- en wezenpensioen op. Wanneer je komt te overlijden, heeft je partner recht op partnerpensioen en je kinderen krijgen wezenpensioen. Het partnerpensioen is maximaal 70 procent van het te bereiken ouderdomspensioen dat je krijgt wanneer je met pensioen zou gaan. Het wezenpensioen bedraagt 20 procent van het partnerpensioen. Voor beide uitkeringen geldt dat je tot je pensionering bij Pensioenfonds Detailhandel moet opbouwen.

Kijk voor meer informatie op: pensioenfondsdetailhandel.nl

“Leren is groeien en gaat met vallen en opstaan”

Kim Schaafsma (29) liep stage bij Blom Mode en vond daarna een baan als filiaalmanager in Lelystad. Via een trainee ship groeide zij door tot regiomanager. Inmiddels stuurt ze 13 winkels aan. Haar gouden tip voor groei? “Wees niet bang om risico’s te nemen en ga uitdagingen aan!”

Tekst: Crissy Mulder | Fotografie: Kees van de Veen

CARRIÈRE MAKEN

Welke carrièrestappen maakte je binnen Blom Mode?

“Na mijn afstudeerstage kreeg ik bij Blom Mode de kans om aan de slag te gaan als filiaalmanager in Lelystad. Leuk voor een jaar, maar daarna wilde ik meer. Ik wilde mijn dromen en ambities waarmaken en klopte aan bij mijn manager. Hij zei: ‘Kim als jij iets wilt bereiken, moet je dat zelf aangeven. Alles is mogelijk, maar je moet het zelf doen. Op zijn advies startte ik een trainee ship. Naar aanleiding daarvan breidde mijn huidige functie uit en nam de inkoop en een stukje nabestelling op me. Ook bezocht ik regelmatig andere filialen. Hier zag en hoorde ik dingen. Mijn handen jeukten. Met deze kennis wilde ik meer doen. Inmiddels stuur ik 13 winkels aan.”

Hoe doe je dat nou eigenlijk, groeien?

“Als ik nieuwe informatie krijg, denk ik altijd; wat levert deze kennis op? Ik spring graag in het diepe, probeer dingen uit en pas ze toe. Natuurlijk ga ik daarbij weleens onderuit, maar dan veer ik net zo snel weer op. Leren en groeien gaat nu eenmaal met vallen en opstaan.”

GROEI IN KENNIS & DURF

Hoe belangrijk was de opleiding voor jouw groei?

“Dankzij mijn opleiding Small Business en Retail Management, trainee ship bij Cube én sterke motivatie ben ik nu waar ik wil zijn. Tijdens mijn trainee ship stelde ik mezelf een doel voor ogen. Ik wist waar ik mijn tijd in stopte en waar ik het voor deed. Dat werpt nu zijn vruchten af.”

Welke rol speelde eigen initiatief in jouw groei?

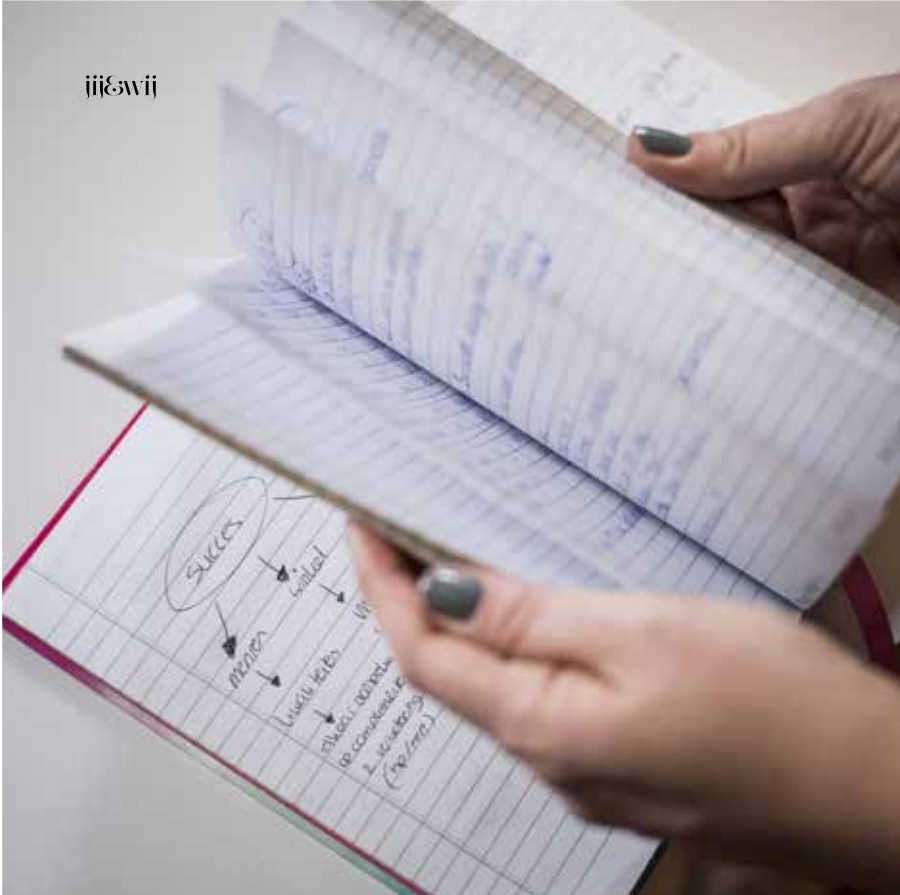
“Een hele belangrijke. Ik geloof dat als je iets wilt bereiken, je daar zelf voor moet staan en gaan. Bij Blom Mode werkt dat ook zo. Eigen initiatief wordt hier zeer op prijs gesteld. Alleen zo kom je verder.”

Meer salaris, hoe deed je dat?

“Simpel eigenlijk. Ik maakte het bespreekbaar, bedacht niet wat de ander qua salarisverhoging in petto had en speelde voortdurend open kaart. Ik had één doel voor ogen, daar ging ik voor.”



Kim Schaafsma vindt dat je niet bang moet zijn om risico's te nemen



VAN COLLEGA NAAR LEIDINGGEVENDE

Hoe ziet jouw gemiddelde werkdag er nu uit?

“Als regiomanager ben ik verantwoordelijk voor alle 13 winkels die onder Blom Mode vallen. Ik ga over het reilen en zeilen van de vestigingen. Met de filiaalmanagers bekijk ik continue hoe wij de klant zo goed mogelijk kunnen bedienen en verrassen. Samen werken we aan optimalisatie. Daarnaast geef ik veel interne trainingen om zo met het voltallige team de gewenste resultaten te behalen.”

Van collega naar leidinggevende, hoe ga je daarmee om?

“Ik heb mezelf nooit gepresenteerd als de baas. Van begin af aan ga ik voor 'wij'. Ik geloof in samenwerking en in het bespreekbaar maken van alles. In mijn leidinggeven werk ik

aan wederzijds respect. Dat vind ik prettig en slaat aan.”

AMBITIES & DÉ GOUDEN TIP

Hoe groei je nog graag door?

“Uitdaging in mijn werk vind ik ontzettend belangrijk. Continue ben ik bezig met mijn ontwikkeling en die van mijn collega's. Ik vind het belangrijk om in beweging te blijven en daag mezelf voortdurend uit. Vanuit die ambitie volg ik nu wederom een opleiding: Business NLP. Hierin leer ik meer over businesscommunicatie, psychologie en persoonlijke ontwikkeling. Ontzettend interessant, want wat ik daar leer, draag ik in tijdens interne trainingen weer over op anderen.”

Wat is jouw gouden tip voor groei?

“Wees niet bang om risico's te nemen en ga een uitdaging aan!”

MIDDEL
LOON

Middelloodregeling

De middelloodregeling, ook wel gemiddelde-salarisregeling of opbouwregeling genoemd, is een pensioenregeling voor werknemers waarbij het uiteindelijke pensioen afhangt van twee factoren: het aantal jaren dat de werknemer in loondienst was en het salarisverloop in deze periode.

De middelloodregeling keert vanaf het moment dat je met pensioen gaat, een bepaald percentage van je gemiddeld verdiende salaris uit. Begin jij je loopbaan met een laag salaris, dan bouw je hierover een laag pensioen op. Stijgt je salaris tijdens je loopbaan, dan stijgt ook je nog op te bouwen pensioen. Uiteindelijk ontvang je een pensioen dat is opgebouwd over je gehele loopbaan.



Bereken je pensioen online

Handige website om meer te weten te komen over jouw pensioen:
www.mijnpensioenoverzicht.nl

Op de website vind je onder meer antwoord op de volgende vragen over je inkomen na je werkzame leven:

- Hoeveel AOW en pensioen heb ik opgebouwd?
- Wat krijg ik maandelijks?
- Wat krijgen mijn nabestaanden als ik overlijdt?
- Welke gebeurtenissen zijn van invloed op mijn pensioen?

Kijk voor meer informatie op:
pensioenfondsdetailhandel.nl

Vragen AAN DE PENSIOENDESK

Meer vragen?
Kijk op onze website of
bel met de Pensioendesk:
☎ 0800 - 1972
✉ [deelnemer@
pensioenfonds-
detailhandel.nl](mailto:deelnemer@pensioenfondsdetailhandel.nl)

1. Ik zie op mijn Uniform Pensioenoverzicht een partnerpensioen bij mijn overlijden, maar dat is niet nodig. Kan ik het partnerpensioen ook omzetten naar extra pensioen voor mijzelf?

Ja, dit is mogelijk. Een half jaar voordat je de pensioenleeftijd bereikt, ontvang je van ons een aanvraagformulier. Hierin heb je de keuze om het partnerpensioen volledig of gedeeltelijk om te zetten in extra ouderdomspensioen. Het is niet zo dat het partnerpensioen bij je ouderdomspensioen wordt opgeteld. Een partnerpensioen wordt in verhouding veel minder vaak uitgekeerd dan een ouderdomspensioen. Hierdoor is een partnerpensioen minder waard dan een ouderdomspensioen. Voor iedere € 1.000 aan partnerpensioen, krijg je € 147 bruto per jaar aan ouderdomspensioen op 67 jaar terug

Ga je eerder met pensioen? Dan wordt dit bedrag lager omdat wij het pensioen langer moeten uitkeren. Wanneer je ervoor kiest om het partnerpensioen om te zetten, dan moet jouw partner het aanvraagformulier ook ondertekenen.

2. Ik heb na mijn pensionering plannen waardoor ik de eerste periode graag meer pensioen wil ontvangen. Kan dit?

Ja, je kunt in het aanvraagformulier kiezen voor een hoog/laag constructie. Je ontvangt dan een bepaalde periode eerst meer pensioen en na het verstrijken hiervan ontvang je je levenslang een lager pensioen. Je kunt kiezen voor minimaal één maand tot maximaal 12 jaar een hoge uitkering. Wanneer je voor je AOW-leeftijd met pensioen wilt gaan, kun je eventueel ook een AOW-overbrugging inkopen. Je ontvangt dan tot en met de maand waarin je de

AOW-leeftijd hebt bereikt een extra bedrag naar keuze. Je kunt maximaal een bedrag van 2 keer de AOW voor een gehuwde inkopen (2017: € 19.682 bruto per jaar). Je koopt de AOW-overbrugging in van je eigen pensioen, waardoor je pensioenuitkering de maand waarin je de AOW-leeftijd bereikt, levenslang lager wordt. De gevolgen van deze pensioenkeuzes kun je zelf berekenen in onze pensioenplanner. Je vindt de pensioenplanner op 'Mijn Omgeving'.

3. Ik heb een andere functie bij mijn werkgever gekregen. Moet ik dit doorgeven aan het pensioenfonds?

Nee, dat is niet nodig. Wij baseren je pensioenopbouw op het aantal uren dat je werkt en het salaris. Dit geeft jouw werkgever iedere maand aan ons door. Mocht je in de nieuwe functie meer gaan verdienen, dan zal je werkgever dit aan ons doorgeven.



Nieuwe solidariteit in Nederland

In 2013 lanceerde Ralf Embrechts de Quiet 500, het arme broertje van de Quote 500. Doel? Armoede een gezicht geven en de rijkste Nederlanders uitdagen om mee te werken aan armoedebestrijding. Het werd meteen een hit. Inmiddels is het initiatief uitgegroeid tot de Quiet Community, waarin mensen elkaar 'om niet' helpen. Dat loopt van gratis kaartjes voor een pretpark, tot kosteloos dineren in een chic restaurant. In Den Bosch, Groningen en Maastricht is het van start gegaan.

“Een goede vriend van mij, de schrijver A.H.J. Dautzenberg, vertelde in het café: ‘ik woon in de armste wijk van de stad, in één van de rijkste landen ter wereld, dat is toch ongelooflijk? Wat kunnen we daaraan doen?’”

“Zo bedachten we de Quiet 500, een glossy met een schurende voorkant. Het is een brug naar de rijken om de armoede in Nederland te bestrijden.”

“Rijkdom erotiseert en wordt gevierd. Armoede wordt in stilte geleden.”

“Binnen een mum van tijd haalden we alle nieuwsmidia, was het blad uitverkocht en meldden zich de eerste twee miljonairs: ‘Zeg het maar,’ zeiden ze, ‘wat kunnen we doen?’”

“Inmiddels is men trots is op de Quiet 500. Het geeft armoede een gezicht.”

“Hoe vaak ik niet hoor: ‘Ralf, ik zou graag een keer naar een pretpark willen, maar ik kan het niet betalen, of in de Piushaven in een restaurantje eten (de hippe buurt van Tilburg, red.), naar de kapper in plaats van coup ‘bloempot,’ een nieuw verfje in de woonkamer of een wasdroger. Als je in de sociale dienst zit, wordt dat als luxe gezien.”

“Drie vierde van de gezinnen, in armoede levend, hebben een vrouw als gezinshoofd. Dat zijn voor mij de echte helden, zij proberen het iedere maand weer voor elkaar te boksen.”

“We vragen ondernemers niet naar geld, maar om de inzet van hun talent. De Quiet Community is een Marktplaats zonder geld.”

“Ik vroeg aan Britt, mijn topkapster uit de buurt: ‘Stel nou eens dat je één keer per week iemand knipt die in armoede leeft en die jou niet betaalt. Zou je dat dan doen?’ ‘Tuurlijk,’ zei ze, ‘die iemand ga ik zelfs extra verwennen.’”

“Bij Quiet wordt nooit gecontroleerd of je arm bent. Dat vinden we ontzettend belangrijk. Als je geen geld hebt, moet je namelijk heel vaak aantonen dat je op zwart zaad zit. Wij maken het in Nederland zo ingewikkeld. Bijna beschamend.”

“Houd je boven de 200 euro per maand over, kom je niet in aanmerking voor de voedselbank.”

“Wanneer je lid bent geworden van Quiet, kun je de aanbiedingen verzilveren. Iedereen mag zelf kiezen. Als je het leuk vindt om naar een restaurant te gaan, prima, doen. Maar we hebben ook kaartjes voor het theater, de nieuwste boeken, entreekaartjes voor een ijshockeywedstrijd, tegoedbonnen voor de speelgoedwinkel van 25 euro, gratis sportkleding, verzin het maar.”

“De opbrengst van Quiet is onbetaalbaar. Duizend gezinnen verlichten we ermee. Het is de nieuwe solidariteit in Nederland.”

“Krijg ik niet iemand binnen die de tap leegdrinkt?” vroeg een restauranteigenaar aarzelend, alles is namelijk gratis. Dezelfde eigenaar ziet zijn eerste gasten binnenkomen en ze vertellen hem hun levensverhaal. De dag erna belde hij mij op: ‘Doe die aanbieding maar iedere week.’”

“Het gaat niet om de grote gift. Iets van jezelf geven, is veel waardevoller dan afkopen.”

Dit is teamwork



"Ontzettend trots op ons team, van alle 5 filialen van FanFan 'la Tulipe'. Het leek mij dan ook een goed idee om mijn collega's eens in het zonnetje te zetten.
Groetjes Miranda | FanFan 'la Tulipe'.
Wijk bij Duurstede



"Dit is het toppunt van collegialiteit: Begin oktober 2017 werd onze winkel verbouwd: een nieuwe winkel Miller & Monroe in Hoensbroek!! Helaas kon onze collega Luus niet aanwezig zijn bij de feestelijke opening. Dus hadden wij een generale repetitie, lintje doorknippen....en.....een foto van ons enthousiaste team!!"
Groetjes het Miller & Monroe team



Kerstborrel met Motorkledingcenter.
Gestuurd door: Marlou van Oevelen – Product specialist



"Wij zijn een echte snoepwinkel voor de kaasliefhebber, met een rijk arsenaal aan Noord-Hollandse en boerenkazen. Al onze kazen hebben een verhaal. Wij gaan voor aandacht, service, goed advies en kwaliteit! KAAS IS EEN FEESTJE! De Kaasspecialist Castellum uit Houten.



De mannen van de Hardloopwinkel in Leiden! Er zijn inmiddels 5 vestigingen van dit winkelconcept in Nederland.

Zit jij ook in een leuk team? Maak dan een foto met je collega's en stuur het naar: jc@pensioenfondsdetailhandel.nl

CHECK! - XELLY CABAU VAN KASBERGEN

“IK KOOP NIET ZO VAAK ONLINE”



Met haar boeken 'Hair' en 'Make-Up' vestigde Xelly Cabau van Kasbergen haar naam als mediapersoonlijkheid. Je kunt Xelly sinds kort ook vinden op haar eigen YouTube-kanaal. Oh ja, ze is een zus van Yolante, maar dat terzijde. Dit zijn haar favoriete winkels.

Parfumerie - Skins in Amsterdam omdat je daar net wat andere geurtjes vindt, zoals mijn favoriet: Creed.

Sieraden/cadeauwinkel - Store without a home op de Haarlemmerdijk in Amsterdam. Dat is een origineel winkeltje, waar je grappige dingetjes koopt zoals een kaartspelletje voor vrienden of een gekke mok.

Boekenwinkel - Ik kom graag in De Bijenkorf. Daar loop ik altijd naar de boekenafdeling. Kijk ik meteen of mijn boek goed ligt.

Markt - Noordermarkt in Amsterdam. De combinatie van vers fruit en tweedehands- en nieuwe kleding vindt ik fijn. Aan dit plein in de Jordaan vind je ook Winkel43. Daar eet je de lekkerste überverse appeltaart.

Bloemenwinkel - Madelief, ook aan de Haarlemmerdijk in Amsterdam, dat komt omdat we er zo lang hebben gewoond. Ze gebruiken niet veel blad in de boeketten, waardoor je de bloem goed kunt zien.

Schoenenwinkel - Baskets en Sneaker District aan de Rozengracht in Amsterdam. Ik draag graag gympen.

Concept store - This is Happening in Amsterdam. Dat is een kapper en je vindt er allerlei leuke dingetjes. Van woonaccessoires tot sieraden.

Online - Ik koop niet zo vaak online. Je wilt toch voelen en zien hoe iets staat.

jij& De achterpagina

SERVICE

Meer weten over je pensioen?

Pensioenfonds Detailhandel

PENSIOENFONDSDETAILHANDEL.NL

Hoe kom je op jouw persoonlijke pagina?

1. Ga naar de website van Pensioenfonds Detailhandel en klik op 'werknemer'.
2. Rechtsbovenin de pagina kun je inloggen met je DigiD.
3. In 'Mijn Omgeving' kun je met de pensioenplanner direct controleren hoeveel geld je ontvangt als je met pensioen gaat.

Hoe werkt de pensioenplanner?

1. Je ziet je huidige pensioensituatie.
2. Je geeft aan welke keuzemogelijkheden je wilt laten berekenen.
3. Je vult eventueel aanvullende informatie in.
4. Je ziet de uitkomsten.

Kom je ergens niet uit of heb je een vraag?

De Pensioendesck is van maandag t/m vrijdag van 09.00 tot 17.00 uur bereikbaar op dit telefoonnummer:

0800-1972

Je kunt ons ook altijd mailen:

**deelnemer@pensioenfonds-
detailhandel.nl**



Daniëlle Oey & voorzitter Henk van der Kolk

Vraag het de voorzitter

Naam: Daniëlle Oey

Leeftijd: 24 jaar

Werk: Assistent manager bij
De Bijenkorf in Amsterdam

**Deelnemer aan Pensioenfonds
Detailhandel sinds:** 2012

1. Ik heb promotie gemaakt, heeft dit invloed op mijn pensioen?

“Gefeliciteerd! Krijg je ook meer salaris? Dan is het antwoord: ja. Jij en je werkgever dragen namelijk elke maand pensioenpremie af over het bruto maandsalaris. Hoe hoger dit nieuwe salaris is, hoe hoger je maandelijkse pensioenopbouw. 1,75 procent van 1.000 euro is nu eenmaal meer dan 1,75 procent van 100 euro. In 2018 gaat het percentage naar 1,622 procent.”

2. Is het pensioen wat ik nu opzij leg, straks ook evenveel waard (waardevast)?

“Nee. Op dit moment kunnen wij de pensioenen niet indexeren (aanpassen aan de prijsstijgingen). We moeten aan veel regels voldoen en grote

financiële buffers aanhouden.

Pas als onze beleidsdekkingsgraad – dat is de verhouding tussen de bezittingen en de verplichtingen van een pensioenfonds – tussen de 110 en 125 procent komt, mogen we van de overheid kijken naar indexering. Onze beleidsdekkingsgraad staat nu op 109,4 procent (per 30 november, 2017 red.).”

3. Wat gebeurt er met mijn pensioen als de wetgever de pensioenleeftijd verandert?

“Je moet langer doorwerken (om hetzelfde pensioenresultaat te halen). Je krijgt later je AOW en je ouderdomspensioen, omdat de overheid de AOW-leeftijd heeft verhoogd. Je moet dus langer werken voordat je met pensioen kunt.”